

**PLAN DE PROMOCIÓN PARA INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN
SUPERIOR, A PARTIR DEL CONOCIMIENTO DE LAS
EXPECTATIVAS Y NECESIDADES DE LOS JÓVENES DE
ESTRATOS 4, 5 Y 6, DEL VALLE DE ABURRÁ**

**MANUELA GÓMEZ VALENCIA
MARCELA VELÁSQUEZ HOYOS**

**Trabajo de grado para optar al título de
INGENIERO ADMINISTRADOR**

**Camilo Restrepo Ayala
Ingeniero Administrador**



**UNIVERSIDAD EIA
INGENIERÍA ADMINISTRATIVA
ENVIGADO
2016**

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar queremos agradecerle a nuestro asesor Camilo Restrepo Ayala, quien dedicó su tiempo para enseñarnos y ayudarnos, a partir de su experiencia, en la realización de la investigación y el correcto desarrollo de este trabajo. Su apoyo fue parte importante para el avance y la culminación del proyecto.

Queremos también agradecerles a nuestras familias que nos dieron la oportunidad de estudiar y que gracias a eso hoy nos encontramos culminando esta etapa de nuestras vidas.

Un agradecimiento a nuestros novios quienes invirtieron parte de su tiempo en apoyarnos y colaborarnos en la realización del trabajo.

Y en general a todos aquellos que participaron de alguna u otra forma en el desarrollo de este trabajo de grado y fueron un apoyo incondicional.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN.....	10
1. PRELIMINARES.....	11
1.1 Planteamiento del problema	11
1.1.1 Contexto y caracterización del problema	11
1.1.2 Formulación del problema	11
1.2 Justificación.....	12
1.3 Objetivos del proyecto	13
1.3.1 Objetivo General.....	13
1.3.2 Objetivos Específicos	13
1.4 Marco de referencia.....	13
1.4.1 Antecedentes	13
1.4.2 Marco teórico.....	14
2. METODOLOGÍA.....	25
Guía de las sesiones de grupo	26
3. FACTORES INFLUYENTES EN LA ELECCIÓN DE UNIVERSIDAD Y PROGRAMA ACADÉMICO.....	29
3.1 Investigación cualitativa.....	29
3.1.1 Análisis Investigación cualitativa.....	29
3.2 Investigación cuantitativa.....	38
3.2.1 Cuestionario	39
3.2.2 Análisis Investigación Cuantitativa.....	44

3.2.3	Conclusiones Encuestas	56
3.3	Plan de Acción.....	58
3.3.1	Tácticas de publicidad	58
3.3.2	Relaciones públicas.....	60
3.3.3	Promoción de ventas	60
4.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	62
5.	CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES	64
	BIBLIOGRAFÍA.....	66
	ANEXOS	69

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1 Ficha Técnica Investigación 1	29
Tabla 2 Ficha Técnica Investigación 2	38
Tabla 3: Criterios para la elección de la Universidad	45
Tabla 4 Rangos posicionamiento de la carrera	46
Tabla 5 Criterios para la elección del programa	46
Tabla 6 Rangos del reconocimiento de la carrera	47
Tabla 7 Razones que influyeron en la elección de programa académico	47
Tabla 8 ¿De qué manera tomó la decisión?	49
Tabla 9 Personas que influenciaron la decisión	49
Tabla 10 Rangos para influenciados por "Nadie"	50
Tabla 11 Actividades para mejorar el acompañamiento	51
Tabla 12 Sexo vs Área del Programa Académico	54
Tabla 13 Estrato vs Áreas del Programa Académico	54
Tabla 14 Estrato vs Criterios para la elección de la Universidad	54
Tabla 15 Sexo vs Criterios para la selección del pregrado	55
Tabla 16 Sexo vs Razones de elección del pregrado	55
Tabla 17 Sexo vs Personas influyentes en la elección de universidad y pregrado	55

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Ilustración 1 Proceso de toma de decisiones del consumidor	19
Ilustración 2 Matriz tamaños y errores muestrales	28
Ilustración 3 Variables Demográficas.....	44
Ilustración 4 Áreas del Programa Académico	44
Ilustración 5 Medios por lo que conoció la Universidad.....	48
Ilustración 6 ¿Siempre tuve claro lo que iba a estudiar?	48
Ilustración 7 ¿Cuál elección realizó primero?.....	50
Ilustración 8 Consideré estudiar en una universidad pública.....	51
Ilustración 9 El colegio fue influyente en la decisión	52
Ilustración 10 Tuve poco acompañamiento por parte de la universidad desde que fui admitido.....	52
Ilustración 11 Me cambiaría de universidad si en algún momento ésta no llena mis expectativas.....	53
Ilustración 12 Me cambiaría de carrera si en algún momento ésta no llena mis expectativas.....	53
Ilustración 13 Proceso toma de decisión para la elección de programa y universidad	57

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo 1 Sesiones de Grupo	69
Anexo 2 Encuestas	110
Anexo 3 Proceso toma de decisión para la elección de programa y universidad	110

RESUMEN

A diferencia de la situación que se presentaba décadas atrás, donde era reducida la oferta universitaria y las oportunidades de estudio, en la actualidad la cantidad de programas y universidades existentes han presentado un crecimiento considerable, representando menos restricciones para aquellos que desean acceder a la educación superior y constituyendo una amenaza para las instituciones existentes, pues éstas deben hacer cada vez más esfuerzos para atraer a los estudiantes ante la fuerte competencia.

Por lo anterior, se ha visto la necesidad de crear nuevas estrategias por parte de las universidades que complementen las usadas actualmente. Como respuesta al requerimiento anterior surge el deseo de indagar acerca de las razones que influyen en la toma de decisión de universidad y pregrado de los estudiantes, y a partir de esto, elaborar un plan de promoción que permita a estas instituciones ser más atractivas.

El proceso de recolección de información se realizó con sesiones de grupo y encuestas a estudiantes de grado once y de primeros semestres de educación superior, de diversas instituciones del Valle de Aburrá. Lo anterior, con el fin de identificar los atributos y las razones más importantes y caracterizar dicho proceso.

Con este proyecto, se espera que las estrategias propuestas sean de gran utilidad para las universidades, permitiéndoles llegar de una manera directa y efectiva a sus clientes potenciales, garantizando un desempeño sostenible de la institución.

Dichas estrategias fueron diseñadas basadas en la exaltación de criterios tales como el posicionamiento de la carrera en la universidad, el ambiente familiar y la posibilidad que ofrecen los programas para integrar diferentes gustos, así como el amplio campo de acción que poseen las diferentes carreras, aspectos catalogados por los encuestados como los más influyentes a la hora de tomar la decisión de universidad y programa académico. Adicionalmente, se estableció que debe impactarse no sólo a los estudiantes sino también a los padres, quienes siguen teniendo influencia en la decisión establecida por los jóvenes.

Es importante destacar que el principal medio por el cual los estudiantes conocen a las universidades es por el reconocimiento social, situación que exige un esfuerzo por consolidar su marca; también se determinó que primero se debe persuadir a los estudiantes acerca del pregrado y posteriormente sobre la universidades, finalmente se propuso un plan de retención que debería ser implementado por las instituciones para conservar a sus alumnos, ya que no tienen inconvenientes en cambiar su decisión.

Palabras clave: educación superior, tácticas de publicidad, programa académico, razones de selección.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

ABSTRACT

Opposed to past situations decades ago, where college offerings and study opportunities were scarce, currently the amount of study programs and existing Universities has shown an important growth, characterized by less restrictions for those who aspire superior education and representing a threat for existing institutions since such schools must strive to attract students away from other rival institutions.

Consequently, colleges have generated a necessity of creating new strategies that complement the approaches they have used until now, which can be summarized in school fairs, school visits and face to face interviews. In response to the previews requirement, arises the desire to inquire about the reasons that influence students in the decision making process to choose colleges and the undergraduate degree. Relaying on this information, institutions can elaborate a promotion plan that allows them to effectively show themselves and appear more attractive.

The recollecting information process will be done with group sessions and surveys given to school seniors, freshman and sophomore college students, of diverse institutions of El Valle de Aburrá. All of this with the purpose of identifying which are the attributes and the most important reasons that influence the moment of choosing the study program and the institution, in addition to characterizing the mentioned process.

Furthermore, with this project it is hoped that universities take great advantage of the proposed plan, allowing them to approach directly and effectively their potential clients, the students, to create better satisfaction and incrementing their own market.

These strategies were designed based on the exaltation of criteria such as the positioning of career in college, the family atmosphere and the possibility that offer programs to integrate different tastes as well as the broad field of action that have all the different careers, aspects listed by respondents as the most influential in the decision of university and academic program. In addition, it was established that should be impact not only on students but also on parents who still have influence on the decision take by young people.

Is worth highlighting that the main way by which students know universities is social recognition, a situation that requires an effort to consolidate its brand; also it was determined that one must first persuade students about undergraduate and later on universities; finally, it was proposed that a retention plan should be implemented by institutions to keep their students because they have no problems in changing its decision.

Key words: higher education, advertising tactics, academic program, selection reasons.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

INTRODUCCIÓN

Anteriormente, a la educación superior sólo tenían acceso personas con un poder adquisitivo alto o con un gran índice intelectual. A través de los años fue aumentando la oferta de dichas instituciones, lo que generó una mayor demanda de la misma y a su vez más oportunidades para la población del Valle de Aburrá.

Gracias a lo anterior, se incrementó el número de competidores, haciendo que las universidades se vieron en la necesidad de crear estrategias para atraer estudiantes de último grado de secundaria, siendo éstas muy generales y sin presentar ningún tipo de evolución de acuerdo a los cambios generacionales.

Debido a esta problemática, la propuesta de este trabajo es crear un plan de promoción para las universidades del Valle de Aburrá que les permita minimizar las dificultades.

Para esto fue indispensable realizar sesiones de grupo con estudiantes de once grado de colegio y de primer y segundo semestre de las instituciones de educación superior pertenecientes al sector ya mencionado, donde se les pregunta y se indaga a fondo acerca de los criterios y las razones que tuvieron en cuenta al momento de realizar la elección tanto del programa académico como de la universidad.

Por medio de otra técnica de mercadeo, la cual fue la encuesta, se pretende corroborar los resultados obtenidos en el focus group, adquiriendo datos cuantitativos que permiten un análisis más preciso de las razones y criterios de selección utilizados por los estudiantes.

Finalmente, para complementar el estudio se proponen tácticas de publicidad y promoción las cuales tienen como fin mejorar la forma para atraer a los estudiantes a las instituciones de educación superior.

Este plan permite que las universidades tengan una visión más amplia acerca de la manera cómo los estudiantes eligen sus estudios de educación superior y por consiguiente de institución, para que de esta forma sean más efectivos a hora de promocionarse.

1. PRELIMINARES

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Contexto y caracterización del problema

Décadas atrás, la demanda de universidades en el Valle de Aburrá excedía sustancialmente la oferta, ya que existían pocas universidades y por lo tanto pocas opciones de pregrado, restringiendo la educación superior a personas con gran poder adquisitivo y dejando algunas vacantes para aquellos que no tenían recursos pero contaban con una alta capacidad intelectual. (Melo B., Ramos F., & Hernández S., 2014)

Con el paso de los años, la oferta universitaria ha ido cambiando con la creación de más instituciones y el surgimiento de nuevos programas. A pesar de que hoy en día la educación sigue teniendo cierta restricción, son más las personas que tienen acceso a ésta. Por tal situación, ha surgido la necesidad de emplear estrategias por parte de las universidades para que sus ofertas académicas sean atractivas para nuevos estudiantes y de esta manera sean elegidas por ellos. (White Correa, 2015)

En la actualidad, las universidades se dan a conocer sólo por medio de las visitas a los colegios, del voz a voz y de ferias escolares organizadas por las instituciones de educación superior, donde son invitados estudiantes de secundaria con el fin de que se familiaricen con los programas y se despierte el interés por éstos. (White Correa, 2015)

Las estrategias de marketing reciben diversos nombres, entre los cuales están estrategias comerciales o de mercadotecnia y son las que se realizan con el fin de alcanzar los objetivos de mercadeo. Para la elaboración de dichas tácticas es indispensable tener en cuenta diversos factores para que al momento de aplicarlas se obtengan resultados satisfactorios. Se deben analizar los objetivos, el alcance, el público objetivo, y en general las 4P del marketing, que son precio, plaza, promoción y producto. (K, 2014)

Dichas estrategias de marketing podrían ser enfocadas de una manera más eficiente y directa si se conocieran los factores que influyen tanto en la toma de decisión para la selección de universidad y programa, por parte de los estudiantes.

1.1.2 Formulación del problema

Ante el aumento de opciones académicas nacionales y la posibilidad de realizar estudios en el exterior, surge la necesidad por parte de las instituciones de educación superior de crear estrategias ajustadas a los requerimientos de los estudiantes como complemento a los métodos tradicionales de ferias escolares, el voz a voz y las visitas a colegios. (White Correa, 2015)

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

Para lo anterior, es indispensable obtener información confiable, significativa y verídica por parte de estudiantes de último grado de secundaria y universitarios que faciliten y garanticen que las propuestas de comunicación o promoción sean las adecuadas para obtener el máximo beneficio posible.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Consecuencia de la creciente oferta de propuestas académicas que surgen gracias al proceso de globalización, de las necesidades de profesionales en el mercado y de las tendencias mundiales, la acreditación de calidad institucional aparece como punto de partida para la implementación de mejoras en los procesos internos, además de convertirse en un referente importante para estudiantes, otras instituciones de educación superior que buscan establecer convenios y el mercado en general. (Consejo Nacional de Acreditación, 2015)

La visibilidad, es decir el reconocimiento que posee la sociedad acerca de una institución de educación superior y la sostenibilidad, que se refiere a la capacidad de un establecimiento de educación superior de hacerse duradera en el tiempo; son algunos de los principios dentro de los cuales se enmarca el CNA (Sistema Nacional de Acreditación, 2015); y éstos evidencian la importancia de que las universidades establezcan efectivos programas de promoción, que contribuyan con el proceso de hacer conocer su propuesta educativa, atrayendo a más estudiantes y garantizando así su buen funcionamiento.

Situaciones como la creciente movilización de estudiantes, la creación de sedes universitarias fuera de las áreas geográficas donde habían estado ubicadas tradicionalmente, la educación virtual, el fortalecimiento de instituciones de carácter gratuito como el SENA, el cambio en la pirámide poblacional del país y por ende de la región, consecuencia del control de natalidad (DANE, 2010), la relación entre oferta y demanda universitaria, donde a diferencia del pasado se presenta un crecimiento considerable de opciones académicas, lo que significa mayor competencia; son factores que también representan situaciones de riesgo que confirman la importancia de que las universidades conozcan las necesidades y expectativas de sus potenciales clientes para que de esta forma capturen a un mayor número de estudiantes, garantizando así su perdurabilidad.

Para que las universidades puedan alcanzar sus objetivos, es preciso garantizar su permanencia en el tiempo, considerando fundamental la incorporación de un creciente número de estudiantes, los cuales son la esencia y la razón de ser de estos centros educativos, siendo ellos los que respaldan la viabilidad financiera; por otro lado, con cada cohorte de estudiantes graduados se entrega a la sociedad profesionales íntegros sobre los cuales recaerá la responsabilidad de apalancar el progreso de la región y de contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad; finalmente, es importante que las universidades atraigan al mayor número de estudiantes posibles, pues entre más recursos obtengan las instituciones, se podrán vincular una mayor cantidad de jóvenes a la educación superior, a través de subsidios y así cumpliendo con el objetivo de responsabilidad social que recae sobre estas entidades. (White Correa, 2015)

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

En conclusión, es de gran importancia para las universidades implementar estrategias nuevas de mercadeo que se ajusten a los requerimientos de las nuevas generaciones, ayudándolas a sobresalir y accediendo a más personas, sin dejar de lado la difícil y variada competencia a la que se enfrentan continuamente; convirtiéndose en soporte del plan de desarrollo de cada institución.

1.3 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.3.1 Objetivo General

Proponer un plan de promoción para instituciones de educación superior a partir del conocimiento de las expectativas y necesidades de los jóvenes de estrato 4, 5 y 6 del Valle de Aburrá.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Identificar atributos importantes para la selección de la universidad y el programa académico.
2. Identificar las razones por las que los estudiantes seleccionaron el programa que se encuentran cursando.
3. Caracterizar el proceso de toma de decisiones para la selección de programas de educación superior.
4. Proponer tácticas de publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas para instituciones de educación superior.

1.4 MARCO DE REFERENCIA

1.4.1 Antecedentes

De acuerdo con Díaz y Rangel (2010) el mercadeo universitario es una variación del mercadeo de servicios y las instituciones de educación superior al igual que las compañías de carácter lucrativo deben garantizar su permanencia en el tiempo para así poder lograr su objetivo y su función social y económica; para ello se requiere plantear estrategias que permitan satisfacer las necesidades de la sociedad con programas pertinentes atendiendo a todos los agentes involucrados, entre ellos los jóvenes; y además usándolas para dar a conocer no solo su oferta académica sino también promoviendo su imagen corporativa.

En el artículo publicado en la revista de mercadeo Merca2.0 se mencionan temas relevantes del surgimiento del marketing universitario, el cual, según la escritora, empezó hace aproximadamente 8 años, debido a la necesidad de mostrar sus objetivos y a que se dedican, pero no sólo a su segmento particular, los estudiantes, sino también a los padres

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

| de familia, quienes en cierta medida son los que impulsan y orientan a sus hijos. (Sánchez, 2013).

Es importante también tener en cuenta, según lo expresado por Arteaga, Fayos, Gonzalez-Gallarza y Servera (2011) que las universidades deben tener una planeación estratégica que les permita definir qué tipo de estudiantes desean tener y cuáles son los objetivos y expectativas de los alumnos. Por tal motivo las instituciones de educación superior deben buscar la manera de captar al mayor número de estudiantes por medio de estrategias de marketing.

Por otra parte, de acuerdo al artículo “El e-learning transforma la educación superior”, se puede destacar que gran parte del cambio que viven hoy en día las instituciones de educación superior es debido al e-learning, el cual consiste en un aprendizaje electrónico. Éste a pesar de ser un proceso innovador, en el que están involucrados factores como las empresas, los actores involucrados en este proceso, ha hecho que se aumente la competencia en este sector, por la creación de universidades netamente virtuales (Schneckenberg, 2014).

Cobos Puebla y Salas Velasco (2006) explican en su artículo “La demanda de educación superior, un análisis microeconómico de corte transversal” cuáles son los principales factores que influyen en las decisiones de selección universitaria de los jóvenes, dentro de estas se encuentran la renta disponible, la expectativa de ingresos futuros, habilidades y gustos personales, la cultura, entre otros.

1.4.2 Marco teórico

- **Investigación de mercados**

La investigación del consumidor es el instrumento por medio del cual los mercadólogos pueden recolectar información acerca de los clientes potenciales de tal manera que puedan tomar decisiones acerca de los productos y servicios, basándose también en las necesidades y deseos de los mismos. (Restrepo Ayala, 2015)

Dicha información puede ser de carácter primario, es decir, aquella que es recolectada para los propósitos específicos de la investigación, y secundario que es aquella que se basa en la recopilación de datos que se han realizado en otras ocasiones para otras finalidades. (Benassini, 2009)

Las dos principales categorías de la investigación primaria son la cualitativa y la cuantitativa; la primera, también conocida como investigación naturalista, se basa en la hipótesis de que las decisiones que toman los consumidores no siempre son conscientes y en repetidas ocasiones son motivacionales, con este tipo de investigación se pueden identificar las razones de los comportamientos de los consumidores, teniendo en cuenta que éste puede expresarse de manera abierta y desestructurada (Binda & Balbastre-Benavent, 2013; Restrepo Ayala, 2015)

También, la investigación cuantitativa o también conocida como investigación racional, es más consciente y estructurada, el consumidor debe responder a preguntas concretas sin la posibilidad de ser tan abierto con las respuestas, se obtienen resultados estadísticos con posibilidad de proyectar a la población (Binda & Balbastre-Benavent, 2013; Restrepo Ayala, 2015).

- **Sesiones de grupo**

Como lo expresan Schiffman y Kanuk (2010) las sesiones de grupo son una de las principales técnicas de la investigación cualitativa, estas sesiones consisten en la conformación de grupos de consumidores a los que se motiva para discernir acerca de un producto o servicio en particular, se requiere de un moderador experto que analice las reacciones de éstos y posea la capacidad para que la sesión se desarrolle en un ambiente óptimo, evitando parcialización de las respuestas, un participante dominante o una expresión limitada de las respuesta. El regulador debe realizar una guía previa a la reunión en la cual se deben establecer las temáticas que deben abordarse, garantizando que la sesión no pierda su enfoque.

Las sesiones de grupo más que una entrevista simultánea a un grupo de personas para obtener información, tienen como objetivo principal crear un escenario que permita la interacción de los participantes al compartir experiencias, percepciones y posiciones frente a un servicio o producto, convirtiéndose en mucho más que un intercambio de preguntas y respuestas. Ésta metodología pretende que el desarrollo de la sesión ayude a los participantes a explorar y esclarecer su visión respecto a una oferta que presenta el mercado.

Es importante tener en cuenta las características de las sesiones, ya que con el cumplimiento de estas se pueden obtener buenos resultados. Es indispensable que se formen grupos de 8 a 12 personas, se debe realizar una selección previa de los que van a participar, tener ayudas visuales y de audio que permitan una mejor interacción y un mayor involucramiento con el tema, además se recomienda grabar toda la sesión, de tal manera que después se puedan analizar los gestos y otros momentos importantes, que pueden servir de ayuda y soporte para obtener resultados correctos, también se considera apropiado que tenga una duración entre 25 y 60 minutos. Dichas características pueden variar un poco dependiendo del autor. (Malhotra, 2008)

Las preguntas abiertas son otro elemento importante de las sesiones de grupo pues fomentan la discusión, sin embargo para que las entrevistas se desarrollen de la forma esperada, no se debe tener un grupo totalmente homogéneo de individuos que impida la exposición de diferentes perspectivas, pero tampoco un grupo totalmente heterogéneo, pues éste puede intimidar y limitar la respuesta de algunos integrantes impidiendo el buen desarrollo de la entrevista. (Kizinger, 1995)

Realizar sesiones de grupo tiene sus ventajas como desventajas, las primeras son más y entre ellas están la cantidad de información que se puede extraer a partir de las discusiones entre los entrevistados, la ampliación y lo completas que pueden llegar a ser las respuestas, la espontaneidad que presentan las personas después de la introducción,

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

la rapidez, ya que se entrevistan a varias personas al mismo tiempo. Pero entre las desventajas están el desorden que se puede generar, debido a la cantidad de gente y al mal manejo de la situación, los sesgos del cliente y en ocasiones de quien entrevista. Todo lo anterior depende del tipo de encuesta que se realice, ya que existen encuestas telefónicas, por correo, personales o electrónicas. (Malhotra, 2008)

- **Encuesta**

Según Rodríguez, Hoffmann y Hoffman (2011) la encuesta o cuestionario es una técnica cuantitativa que se caracteriza por la ausencia del encuestador, se realiza con el fin de obtener los datos necesarios para la elaboración de la investigación. Se debe tener en cuenta al momento de planear la encuesta, que ésta no presente preguntas sesgadas que impidan la libre decisión del encuestado.

En este tipo de cuestionarios se realizan preguntas acerca del comportamiento, de las actitudes, motivaciones y conocimientos, pero también se indaga sobre el estilo de vida y características demográficas del entrevistado. Un problema de este tipo de preguntas es que las respuestas ya están predeterminadas por las opciones que se dan, otra situación que se puede presentar es que las personas mientan al momento de responder. También la encuesta tiene cosas positivas entre las cuales está que puede ser anónima, siendo más fácil para las personas responder cierto tipo de preguntas. (Malhotra, 2008)

- **Atributos**

Según Gázquez-Abad, Jiménez-Castillo, & Marín-Carrillo (2012) la forma en que un individuo evalúa un producto tiene una alta relación con los atributos que éste identifica del mismo, pero esta agrupación de beneficios puede verse condicionada por influencias culturales y del entorno, así mismo la familiaridad o conocimiento previo que el consumidor posee de un producto puede llegar a exaltar los atributos de éste potenciando la percepción e imagen del bien o servicio.

La importancia que se le otorga a cada uno de los atributos de un producto, varía de acuerdo con las necesidades y los beneficios que el consumidor pretende obtener con la adquisición del mismo, éste elemento es tan cambiante según cada individuo que inclusive es posible llegar a segmentar a los clientes de un mismo producto, de acuerdo con los atributos a los cuales se les concede un mayor peso y que por ende pueden llegar a desequilibrar la balanza al momento de tomar la decisión de compra (Kotler P. , Dirección de Marketing, 2001)

Existen dos clasificaciones de atributos, por un lado están los reales y por el otro los psicológicos. El primero hace referencia a las propiedades físicas que pueden llegar a tener un producto o servicio, es importante tener en cuenta que se puede hacer sobresalir características nuevas que lo hagan más llamativo. Los psicológicos, buscan estimular al consumidor de tal manera que se pueda hacer la diferencia con los competidores, por tal motivo, dichos atributos deben generar credibilidad y preferencia al momento de la toma de decisión. (Vega, Mercadeo Básico, 1991)

Los consumidores crean una jerarquía de atributos al momento de evaluar cuál de las alternativas que ofrece el mercado es la más apropiada, este proceso de identificación jerárquica se conoce como Partición del mercado, y lo que pretende es conocer dependiendo de la industria a la cual pertenece el bien o servicio, para esa categoría en específico cuales son los atributos que toman mayor relevancia, por ejemplo si el origen del fabricante del producto es la característica a la que mayor peso se le asigna, se considera como una Jerarquía de nación dominante; este escalafón de adjetivos permite a las empresas segmentar el mercado al agrupar a las personas de acuerdo con el atributo al que se le confiere mayor relevancia, y permite llegar a los diferentes conjuntos de consumidores de forma diferente. (Kotler & Lane Keller, Dirección de Marketing, 2012)

- **Razones de preferencia**

Las razones de preferencia o evaluación de las alternativas de compra, se basan en la información que previamente el consumidor ha adquirido de diferentes fuentes, y gracias a las cuales el individuo ya tiene un conocimiento general de las posibles marcas y productos que pueden satisfacer sus necesidades, el consumidor reconoce y comienza a analizar los diferentes atributos que poseen cada una de las marcas tales como color, calidad, diseño, tamaño y las cuales varían dependiendo del bien o servicio que el consumidor pretenda adquirir; es en este punto de la evaluación donde el individuo percibe que dichos beneficios se encuentran distribuidos de una forma diferente para cada una de las propuestas ofrecidas por el mercado y decide cual conjunto de atributos representa mayor relevancia para sí mismo, por consecuencia la marca con mayor cantidad de atributos, en las proporciones y orden adecuado será la opción que más atraiga al consumidor, y determinará sus razones de preferencia. (Peter & Donnelly, 1996)

Las creencias y actitudes son dos elementos fundamentales al momento de definir hacia qué oferta el consumidor siente mayor atracción o afinidad, las evaluaciones, sentimientos o pensamientos que un individuo posee frente a un bien o servicio pueden ser favorables o desfavorables, y dependiendo de estos el consumidor formará preferencias entre las diferentes opciones. Existen modelos compensatorios de elección donde se asume que los factores positivos de un producto podrán compensar los aspectos negativos del mismo, en algunas ocasiones las razones de preferencia de los consumidores no se basan en dichos modelos compensatorios, sino en modelos no compensatorios, los cuales podrían ser, el método de Heurística conjuntiva, donde el consumidor establece para cada atributo un requerimiento mínimo para ser aceptado, por otro lado existe el método de Heurística lexicográfica, donde la elección del consumidor se basa en aquella marca que posea una mayor calificación en el atributo que el consumidor establece como más importante, finalmente existe el método de Heurística de eliminación por aspectos, donde el individuo relaciona los atributos considerados como de mayor relevancia y compara como son estos entre las diferentes marcas.

Es importante resaltar que las razones de preferencia del consumidor también se basan en aquellas ofertas que representen menores niveles de riesgo funcional, físico, financiero, social psicológico y de oportunidad. (Kotler & Lane Keller, Dirección de Marketing, 2012)

Las razones de preferencia de los individuos pueden verse influenciadas en gran medida por 4 elementos, que por ende deben tener presentes las empresas a la hora de exponer sus propuestas al mercado, el primero de ellos es el posicionamiento del producto, ya que este determinará la capacidad de recordación del mismo por parte de los consumidores y el cual ayudará a convencerlos de ser la mejor elección, el segundo elemento se refiere a la identificación de todos los competidores reconociendo los elementos comparables y similares pero sobre todo resaltando los atributos diferenciadores de cada propuestas, por otro lado se presentan los productos ejemplares ya que si estos poseen todas las características ideales y deseadas por el consumidor, éste presentará mayor preferencia a escoger aquel bien o servicio que se aproxime a este prototipo, finalmente se encuentra la localización de los productos pues sin lugar a dudas la disponibilidad y accesibilidad determinará fuertemente la inclinación de la decisión y favoritismo hacia una marca o producto por parte del individuo. (Solomon, 2008)

- **Proceso de toma de decisiones de compra del consumidor**

Es de gran importancia comprender el concepto de comportamiento del consumidor, ya que a partir de éste se comienzan a entender los factores que influyen en la toma de decisión, además de conocer cuál es la funcionalidad que le dan a cada uno de los productos. El hecho de obtener dicho conocimiento, permite a los gerentes de marketing desarrollar ideas y realizar modificaciones de tal manera que puedan llegar de una manera más directa y eficiente a los futuros consumidores (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011)

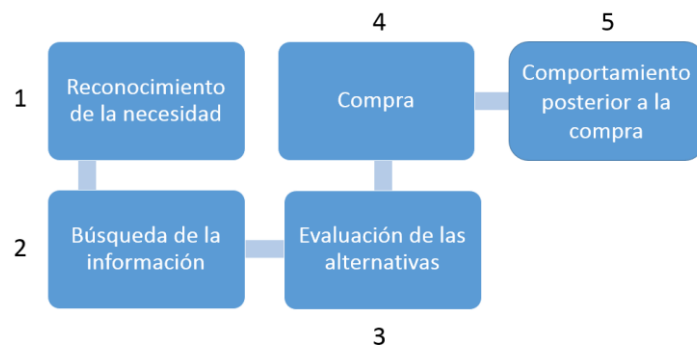
De acuerdo al libro Conducta del Consumidor: estrategias y políticas aplicadas al marketing (Arellano Cueva, Rivera Camino, & Morelo Ayala, 2013), se define que el comportamiento del consumidor es un proceso de decisión y la actividad física que los individuos realizan cuando buscan, evalúan, adquieren y usan o consumen bienes, servicios o ideas para satisfacer sus necesidades.

Otro significado de comportamiento del consumidor es “conductas que muestran los consumidores cuando buscan, compran, usan, evalúan y desechan productos, servicios e ideas” (Schiffman & Kanuk, 2010)

Cuando se decide comprar un producto, por lo general, los consumidores siguen un proceso establecido que consta de una serie de pasos, los cuales son mencionados en la

Ilustración 1 Proceso de toma de decisiones del consumidor. Se debe tener claro que no siempre la decisión se toma siguiendo el mismo orden propuesto en el libro Marketing (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011) y en otros casos este proceso no se termina.

Ilustración 1 Proceso de toma de decisiones del consumidor



El primer paso del proceso de toma de decisiones es el reconocimiento de la necesidad, éste se da cuando el consumidor evidencia una diferencia entre lo deseado y lo real. Cuando el usuario descubre dicha necesidad, es porque está recibiendo estímulos ya sea de manera interna o externa. Lo anterior quiere decir que el consumidor está expuesto no sólo a las influencias que recibe por parte de terceros sino también a sus propios deseos y necesidades (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011).

Basándose en otra fuente, este primer paso se genera cuando el consumidor se ve enfrentado a un problema y tiene la necesidad de satisfacerlo. Por otro lado, se definen dos tipos de consumidores, en primer lugar, se encuentra el del estado real, es decir, son quienes se dan cuenta de los problemas cuando un producto no les funciona de la manera correcta o como esperaban que funcionaría. El consumidor de tipo estado deseado, es quien toma la decisión de compra, de acuerdo a un deseo que surge. (Schiffman & Kanuk, 2010)

A partir del primer paso de dicho proceso, los mercadólogos pueden comenzar a desarrollar estrategias que les permite llamar la atención de los clientes y de igual manera centrarse en los intereses de cada uno de ellos para motivarlos en su compra.

Después de la primera etapa, viene la búsqueda de la información de las diferentes opciones que satisfará la necesidad del individuo. Esta fase puede ocurrir de tres formas

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

diferentes: interna, externa o ambas. La primera hace referencia a la memoria de la persona, es decir, a la experiencia que se haya vivido con cierto producto, la segunda está influenciada por una fuente externa que puede ser controlada o no por el marketing; cuando se habla de un control del marketing, se hace alusión a la forma en la que las empresas hacen que las personas consuman dicho producto por medio de la publicidad, promoción, empaques, etc. Cuando no es controlado por el marketing, es porque la persona toma una decisión ya sea porque un amigo o familiar le recomendó o porque el mismo individuo hace una investigación sobre cierto producto (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011)

Luego de que la persona realiza una búsqueda de las alternativas, contará con un grupo de opciones que serán las preferidas por éste, que se denomina “conjunto evocado”. Muchas veces, aún después de haber hecho un primer filtro, los consumidores se encuentran con una baraja de opciones, que para poder disminuirlas, es necesario definir y seleccionar alguna característica específica del producto, de tal manera que se descarten las que no la incluyen.

El acto seguido será el de volver a considerar cada opción que se encuentra dentro de esta lista de alternativas, y tomar la decisión final, que es el siguiente paso dentro del proceso de compra.

La decisión de la compra es el cuarto paso de este proceso, y es aquí donde el consumidor se decide por alguna de las opciones ya preseleccionada, teniendo en cuenta las características, el cumplimiento de la necesidad y factores como la marca, el distribuidor, la cantidad, el tiempo y la forma de pago (Kotler & Keller, Dirección de marketing, 2012)

Es importante mencionar que cada etapa del proceso está determinada por factores culturales, sociales, individuales y psicológicos de cada individuo, es decir, los pasos que se muestra en la ilustración 1, si bien se pueden evaluar de forma general, se deben tener en cuenta también los rasgos de cada persona, pues estos también influirán y tomarán partido dentro de cada uno de los pasos.

Los factores culturales hacen alusión a todo lo relacionado con el desarrollo de la persona, de acuerdo a las costumbres, creencias, y todo lo demás que es aprendido a partir de la sociedad en la que vive. Por otro lado, los factores sociales, hacen referencia a la clase social a la que pertenece el individuo, incluyendo los grupos de referencia, la familia, la función y el papel que cumple en la sociedad y que de cierta manera afecta la decisión de compra. Otro elemento que influye en la decisión, es el personal, es decir las características propias de cada consumidor como la edad, el sexo, la profesión, el estilo de vida, entre otros. Por último están los factores psicológicos, los que incluyen la percepción, motivación, aprendizaje y memoria. (Ponce Díaz, Benzanilla Hernández, & Rodríguez Ibarra, 2012)

Como último, pero no menos importante que los otros, está el comportamiento posterior a la compra. Uno de los factores que se espera que el consumidor obtenga después de terminar el proceso es la satisfacción, la cual se determina dependiendo del cumplimiento

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

de las expectativas y de las necesidades. Debido a lo anterior, es que el marketing no sólo se debe enfocar en la primera parte del proceso de la toma de decisión, sino que debe realizar un acompañamiento postventa, además deberá generar información creíble y que refuercen la elección del cliente (Kotler & Keller, Dirección de marketing, 2012)

El comportamiento de compra de los consumidores por lo general es un proceso complejo, el cual cobra mayor relevancia cuando el bien o servicio que se desea adquirir representa una decisión importante para el comprador, este tipo de adquisiciones se caracterizan por tratarse de un producto o servicio costoso, que se adquiere pocas veces y que representa cierto grado de riesgo para el comprador; en especial en este tipo de compras donde el consumidor se siente altamente involucrado se analizan de forma detallada las diferentes opciones que ofrece el mercado, destacando las diferencias entre unas y otras alternativas, por lo que los atributos y características de las mismas toman gran relevancia e influyen altamente en la decisión de compra; así mismo es común que el consumidor involucre a un mayor número de personas cercanas que soporten la decisión a tomar. (Kotler & Armstrong, 2012). La selección de universidad y pregrado cumple con todas las características mencionadas anteriormente por lo que podría decirse que ésta se enmarca dentro de un proceso complejo de compra.

- **Programas de promoción**

Según Kotler y Armstrong (2012) la promoción o como es conocida en la actualidad la mezcla de comunicaciones de marketing, es la combinación de publicidad, promoción de ventas, ventas personales, eventos y experiencias, relaciones públicas y marketing directo; que utilizan las compañías para transmitir el valor de sus productos o servicios al cliente de una forma reiterada y clara, creando relaciones con los consumidores y generando una recordación de la marca.

Uno de los tipos de comunicación más usual es el de la publicidad, éste consiste en dar a conocer el producto y servicio para atraer futuros consumidores, y es por esto que una publicidad bien hecha y clara favorecerá la permanencia del producto en el mercado. Para la elaboración de una buena estrategia publicidad, es necesario tener en cuenta a quien va dirigida y con qué fin se hace, de tal manera que éste pueda entenderla y comprenda el mensaje correcto (García, Medina & Moreno, 2012).

Otro elemento importante en la comunicación es la promoción de ventas, este consiste en estímulos o métodos que utilizan las empresas con el fin de promover la venta de sus productos o servicios. Aquí es posible encontrar actividades muy variadas, entre ellas están los concursos y sorteos, obsequios, muestras, demostraciones, devoluciones por inconformidad, fácil financiación, entre otras (Kotler & Armstrong, 2012).

A pesar de que la publicidad y la promoción de ventas pueden llegar a confundirse, estas difieren en que la primera es un poco más elaborada y preparada haciendo que el consumidor obtenga respuestas casi instantáneas, la promoción busca generar un proceso de compra racional (García et al., 2012).

- **Tácticas de publicidad**

Para entrar en detalle acerca de la publicidad y de sus tácticas, es importante en primera medida definirla, por lo tanto de acuerdo a la Real Academia de la Lengua Española, la publicidad es la “Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.” (Real Academia Española, 2014)

Y por otro lado, según Clow & Baack, (Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing, 2010) las tácticas son “las actividades que las empresas realizan para apoyar las estrategias de promoción generales”.

Según estos mismo autores, dos componentes altamente importantes en el proceso de compra de los consumidores y sobre los cuales deben basarse los programas de comunicación y promoción de las organizaciones, son la búsqueda de la información y la evaluación de alternativas, pues una vez identificada la necesidad por parte de los consumidores, éstos serán los pasos a seguir previos a la selección del producto o servicio, ya que basados en los anteriores aspectos los consumidores determinarán cuál es la alternativa que más se ajusta a sus necesidades y las satisface. La obtención de la información comienza con un proceso interno en el cual el individuo reflexiona acerca de los conocimientos y percepciones propias que posee acerca de una marca y si con esta información no es suficiente para inclinarse por una alternativa, debido a que es un producto que no ha adquirido en el pasado, el individuo comienza a realizar una recolección externa de la información basándose en las experiencias y conocimientos de personas pertenecientes a su círculo social inicialmente de primer nivel, es decir, amigos, familiares, entre otros, y posteriormente en otras fuentes secundarias de información tales como medios de comunicación, redes sociales, expertos e internet.

De acuerdo con Peter & Donnelly (1996) la promoción de ventas, la publicidad y la divulgación o comunicación, corresponden a las acciones que deben ser llevadas a cabo para la creación y mantenimiento de la demanda de una empresa en el campo de las ventas no personales; existen tres elementos que cualquier organización debe tener en cuenta al momento de estructurar una mezcla de promoción, éstos son el papel de la promoción en la combinación global del marketing, la naturaleza del producto y la naturaleza del mercado; es de suma importancia que las empresas modifiquen sus estrategias de promoción de acuerdo a las circunstancias cambiantes del entorno, así mismo se debe garantizar que dicha estrategia no genere solamente un impacto a corto plazo, pues el objetivo real es lograr trascendencia y perdurabilidad en la mente de los consumidores, además se debe ser cauteloso a la hora de excederse en el uso de tácticas que resalten el precio como un atributo principal del bien o servicio que se está promocionando, pues lo anterior puede representar un efecto negativo al relacionar precios bajos con mala calidad, dañando la imagen de la empresa y los productos que la misma ofrece al mercado. La mezcla integrada de marketing es mucho más que la puesta en marcha de un plan publicitario, pues aunque éste si se acompaña de una forma pagada de exposición de ideas, bienes o servicios que buscan promoverlos y darlos a conocer, lo que pretende es motivar a los consumidores a probar un nuevo bien o servicio, incrementando la demanda y garantizando siempre la disponibilidad de la mercancía, mediante el ejercicio de la presión en diversos medios de comunicación y por

medio de otros canales. Finalmente se debe recalcar que los componentes anteriormente mencionados como lo son la publicidad y la promoción son sólo dos elementos pertenecientes a la comunicación integrada del marketing, por esto se debe poseer una visión global de la estrategia pues de lo contrario se puede llegar a planes ineficientes y carentes de coordinación.

Por otro lado, mencionar la palabra propaganda en este texto, ayuda a complementar un poco más el tema de la publicidad, ya que ésta hace referencia a los mecanismos que se utilizan para dar a conocer los productos o servicios que ofrece una compañía y de tal manera, guiar a los posibles consumidores a la toma de decisión y al proceso de compra. (Nivelle, 1968)

Las empresas deben realizar un gran esfuerzo de promoción y venta que permita estimular la respuesta satisfactoria de los consumidores hacia los productos o servicios, la calidad, las características de los bienes en relación a los de la competencia, la relación costo – beneficio y la disponibilidad o acceso a los productos, son algunas de las características relevantes que influyen en las decisiones tomadas por los consumidores y por ende, sobre las cuales deben recaer las tácticas de promoción y divulgación (Wilton, 1994).

La gran diferencia entre la publicidad y la promoción de ventas, radica en que la primera proporciona razones de compra que pretenden influir en la decisión de los consumidores, mientras que el segundo concepto se enfoca en ofrecer incentivos que motiven la compra; es así entonces como se puede considerar que la disminución de precios, las muestras, obsequios, cupones, recompensas por consumo frecuente, exhibiciones y demostraciones se enmarcan dentro de las herramientas de promoción, tal y como lo expresa Kotler P., (2001) en su libro *Dirección de Marketing*.

De acuerdo al libro Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing, existen dos tipos de análisis para tener una perspectiva general del mercado. En primera medida se habla del análisis de oportunidades de promoción, con este proceso se busca reconocer el mercado objetivo y las estrategias con las que se piensa llegar a él, especialmente en cuanto a la comunicación. Cuando se realiza este análisis, es indispensable cumplir con dos requisitos, el primero es en cuanto a la determinación de las oportunidades de promoción y con el segundo, se busca identificar las características de cada uno de los mercados objetivos para poder llegar de una manera directa y adecuada. El otro análisis del que hablan los autores del libro mencionado anteriormente es el del mercado de la comunicación, “es el proceso de descubrir las fortalezas y debilidades de la organización en el área de comunicación de marketing y combinar dicha información con el análisis de las oportunidades y amenazas presentes en el entorno externo de la empresa” (Clow & Baack, 2010)

- **Relaciones públicas**

De acuerdo a los autores Lamb, Hair, & McDaniel (2011) en su libro Marketing, las relaciones públicas son un elemento que permite promocionar teniendo en cuenta la apreciación de las actitudes a través de problemas que pueden generar preocupaciones,

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

además se encarga de generar comprensión y aprobación pública. En este mismo libro expresan que “al igual que la publicidad y la promoción de ventas, las relaciones públicas son un vínculo esencial en la mezcla de comunicación de marketing de una empresa”.

Los programas de marketing de las empresas se pueden llegar a complementar por medio de campañas de relaciones públicas, las cuales tienen como objetivo generar una buena imagen, estando en la mira de la población de manera positiva.

- **Promoción de ventas**

“La promoción de venta consiste en todos los incentivos ofrecidos a los clientes y miembros del canal para estimular las compras del producto” (Clow & Baack, Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing, 2010). Debido a lo anterior, se puede concluir que esto genera un mayor efecto sobre el comportamiento por encima de las actitudes.

Existen dos tipos de promoción de ventas y estas dependen de quien sea el que la perciba, es decir, el consumidor final, quien en definitiva usa y disfruta del bien o servicio, y también se tiene en cuenta las promociones comerciales, las cuales se enfocan prácticamente en su totalidad al canal distribuidor.

En conclusión y retomando nuevamente el libro Marketing (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011), la publicidad es la que motiva y justifica la decisión de la compra mientras que la promoción de venta se encarga de dar los incentivos, los cuales en su mayoría son económicos y brindan grandes beneficios para los consumidores.

2. METODOLOGÍA

Los factores que influyen en la decisión de selección de universidad y programa de pregrado, en muchos casos no son comprendidos de forma clara y explícita, inclusive por los mismos estudiantes, lo que refleja que en ciertas situaciones estas elecciones poseen componentes emocionales; y adicionalmente esta es una decisión que se caracteriza por un alto grado de involucramiento de los consumidores debido a los múltiples factores que pueden incidir en ella, lo que a la vez dificulta el establecimiento de hipótesis.

Inicialmente, para alcanzar los primeros tres objetivos, fue necesario la recolección de información primaria a través de sesiones de grupo, con las cuales se pretendió indagar sobre dichos aspectos, obteniendo así información significativa que permitió determinar los elementos más relevantes que existen alrededor de dicha temática.

La investigación exploratoria cualitativa se realizó con el objetivo de generar dichas hipótesis. Se elaboraron cuatro sesiones de grupo, distribuidas así:

- Dos sesiones de grupo con estudiantes de grado once.
- Dos sesiones de grupo con estudiantes de primero y segundo nivel de educación superior.

La decisión de elegir dichos grupos fue debido a las diferencias en el comportamiento de los entrevistados, ya que el primero se conformó por estudiantes de once grado de colegio, quienes se encontraban apenas en el proceso de selección, por otro lado, en el segundo grupo se incluyeron alumnos que ya pasaron por lo anterior, ambos suministraron información diferente. Por otro lado, se decidió realizar dos sesiones de grupo con cada uno de los públicos, con el fin de validar las respuestas y de esta manera reducir los riesgos de tener un grupo demasiado homogéneo.

Cada sesión contó con la participación de 6 a 10 integrantes y las personas fueron seleccionadas a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia. Dicha elección se hizo basado en el libro de Investigación Cualitativa de los autores Juan Báez y Pérez de Tudela, quienes afirman que “el número adecuado para las sesiones de grupo se sitúa en un máximo de 10 personas y un mínimo de 5”. (*Báez y Pérez de Tudela, 2012*)

A continuación se presenta la guía implementada en la realización de las sesiones de grupo.

Guía de las sesiones de grupo

○ Estudiantes grado once

⇒ Identificar atributos importantes para la selección del programa académico.

¿Qué programa académico vas a estudiar?

¿Por qué te gusto ese programa? ¿Qué te llamó la atención de ese programa?

⇒ Identificar las razones por las que los estudiantes seleccionaron el programa que cursarán.

¿Tenías otras opciones antes de tomar la decisión final? ¿Por qué razón escogiste este?

¿Qué te inclinó a la selección de este programa en particular?

⇒ Identificar atributos importantes para la selección de la universidad.

¿En qué universidad vas a estudiar?

¿Cuáles eran las opciones que tenías? ¿Por qué seleccionaste esa institución?

¿Qué componente diferencial posee esta universidad respecto a las otras?

⇒ Caracterizar el proceso de toma de decisiones para la selección de programas de educación superior.

¿Cómo conociste ese programa? ¿Esa universidad?

¿Has buscado algún tipo de información acerca del pregrado? De la universidad?

¿Qué información has buscado de los programas y de la universidad?

¿Cómo has obtenido dicha información?

¿Te está ayudando alguien? ¿Cómo te has asesorado?

○ **Estudiantes de primero y segundo nivel de educación superior**

⇒ Identificar atributos importantes para la selección del programa académico.

¿Qué programa académico estas estudiando?

¿Por qué te gusto ese programa? ¿Qué te llamó la atención de ese programa?

⇒ Identificar las razones por las que los estudiantes seleccionaron el programa que cursan actualmente.

¿Tenías otras opciones antes de tomar la decisión final? ¿Por qué razón escogiste este?

¿Qué te inclinó a la selección de este programa en particular?

⇒ Identificar atributos importantes para la selección de la universidad.

¿En qué universidad estas estudiando?

¿Cuáles eran las opciones que tenías? ¿Por qué seleccionaste esa institución?

¿Qué componente diferencial posee esta universidad respecto a las otras?

⇒ Caracterizar el proceso de toma de decisiones para la selección de programas de educación superior.

¿Cómo te sientes respecto a la decisión que tomaste?

¿Quién o qué influyó en la toma de esta decisión?

¿Cómo conociste ese programa? ¿Esa universidad?

¿Buscaste algún tipo de información acerca del pregrado? ¿De la universidad?

¿Qué información buscaste de los programas y de la universidad?

¿Cómo obtuviste dicha información?

¿Te ayudó alguien? ¿Cómo te asesoraste?

¿Qué harías diferente hoy? ¿Qué otro tipo de información te hubiera gustado obtener?

Una vez identificados de forma general los factores influyentes en la elección de universidad y programa académico, después de realizar el análisis de la investigación cualitativa, se prosiguió a elaborar una investigación cuantitativa descriptiva de diseño transversal. La estructura del cuestionario se basó en los resultados obtenidos en las sesiones de grupo anteriormente realizadas, el objetivo principal de esta encuesta era encontrar información cuantitativa que permita tener datos numéricos. Se realizaron 100 encuestas a personas seleccionadas a través de un muestreo no probabilístico a juicio o criterio del investigador.

El número de encuestas se definió basados en un estudio realizado para una población infinita, con un nivel de confianza del 95% y un error del 10%, obteniendo un número de 96 encuestas, aproximándolas a 100. En este caso, se considera que la población es infinita ya que según la encuesta realizada por la Alcaldía de Medellín, sobre la calidad de vida en la ciudad, el número de estudiantes de la ciudad de Medellín de estratos 4, 5 y 6 es de 24.585. Es importante tener en cuenta que este cálculo sólo se hizo con fines prácticos, dejando claro que el muestreo es no probabilístico y no se pueden hacer proyecciones a la población. (Alcaldía de Medellín, 2013)

Ilustración 2 Matriz tamaños y errores muestrales

Matriz de Tamaños y Errores Muestrales para diversos niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones Infinitas													
Cálculos Personalizados					p [prob. de ocurrencia]		0.5						
Confianza					99.0%	97.0%	95.0%	90.0%	Escriba aquí el valor de p				
Valor de Z					2.58	2.17	1.96	1.64	2.58				
Margen de Error	4.0%	1,040	736	600	420								
	4.5%	822	581	474	332								
	5.0%	666	471	384	269								
	5.5%	550	389	317	222								
	6.0%	462	327	267	187								
	6.5%	394	279	227	159								
	7.0%	340	240	196	137								
	7.5%	296	209	171	120								
	8.0%	260	184	150	105								
	8.5%	230	163	133	93								
	9.0%	205	145	119	83								
9.5%	184	130	105	75									
10.0%	166	118	96	67									
Tamaño de la Muestra	550	5.50%	4.63%	4.18%	3.50%								
	500	5.77%	4.85%	4.38%	3.67%								
	450	6.08%	5.11%	4.62%	3.87%								
	400	6.45%	5.43%	4.90%	4.10%								
	350	6.90%	5.80%	5.24%	4.38%								
	300	7.45%	6.26%	5.66%	4.73%								
	250	8.16%	6.86%	6.20%	5.19%								
	200	9.12%	7.67%	6.93%	5.80%								
	180	9.62%	8.09%	7.30%	6.11%								
	150	10.53%	8.86%	8.00%	6.70%								
	120	11.78%	9.90%	8.95%	7.49%								
100	12.90%	10.85%	9.80%	8.20%									
75	14.90%	12.53%	11.32%	9.47%									

Posteriormente, cuando se realizó la tabulación, clasificación y análisis de los resultados, se obtuvieron los criterios predominantes expresados por los jóvenes al momento de tomar las decisiones académicas indicadas al inicio. A partir de esa información se alcanzó el cuarto objetivo y se plantearon las tácticas de publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas a aplicar por las instituciones de educación superior, que tienen como objetivo principal apoyar el plan de mercadeo de las instituciones universitarias, convirtiéndolo en una herramienta dinámica que llegue a los estudiantes, es decir a sus clientes potenciales, por vías diferentes a las usadas convencionalmente como lo son las visitas a colegios y las ferias escolares.

3. FACTORES INFLUYENTES EN LA ELECCIÓN DE UNIVERSIDAD Y PROGRAMA ACADÉMICO

3.1 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Tabla 1 Ficha Técnica Investigación 1

Tema	Factores que influyen en la decisión de selección de universidad y programa de pregrado
Tipo de Investigación	Investigación Exploratoria Cualitativa
Técnica	Sesión de grupo
Muestreo	No probabilístico por conveniencia
Tamaño de la muestra	4 sesiones de grupo, cada una de ellas de seis a diez integrantes
Medios utilizados	Grabadora y filmadora

Para la realización de la investigación cualitativa, se llevaron a cabo cuatro sesiones de grupo, dos de ellas con estudiantes del grado once y las restantes con universitarios que se encontraban cursando primer y segundo semestre, lo anterior con el objetivo de evaluar ambas perspectivas, la de los individuos que están a punto de realizar la selección de programa académico e institución de educación superior, y aquellos que ya la tomaron y pueden retroalimentar el proceso de la toma de decisión.

Para acceder a las personas que iban a participar en la investigación cualitativa, se contactaron y visitaron colegios y universidades, pues en estos lugares es donde se concentra la población objeto de estudio.

3.1.1 Análisis Investigación cualitativa

La transcripción y los detalles acerca de las sesiones de grupo se encuentran en el Anexo 1 ubicado en la parte final del trabajo. Esto con el fin de que se puedan evidenciar los comentarios y las conversaciones que se tuvieron con los participantes.

○ Estudiantes grado once

Aviación, comunicación social, diseño automotriz, psicología, derecho, ingeniería de sistemas, negocios internacionales, administración, biología e ingeniería mecánica fueron las carreras que los estudiantes de grado once mencionaron.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

Entre las principales razones que expresaron los participantes de las sesiones sobre la decisión de la carrera, se encuentran la integración de los diferentes gustos que cada uno de ellos tiene, tales como viajar, establecer relaciones con otras personas, ayudar a los demás, entender el funcionamiento y origen de las cosas; por otro lado se evidencia una influencia de las materias del colegio con las cuales tenían afinidad así como la convicción de que la carrera servirá como base para adquirir los conocimientos y herramientas para posteriormente desarrollarse en el ámbito profesional que más les llama la atención, por otro lado buscan que el programa de educación superior les brinde una abanico de oportunidades para el futuro.

“Porque tiene todo lo que a mí me ha gustado, me gusta leer, me gusta escribir, me gusta como todas las cosas que tiene la carrera entonces la escogí”

“Me gusta esa carrera porque tiene que ver con todo lo que hacemos día a día, porque me gusta saber cómo el origen de las cosas y saber pues todo como se origina”

“Yo quiero estudiar derecho, la escogí porque siempre me ha gustado sociales, historia y esa rama de humanidades, pero la verdad fue más descarte que cualquier cosa”

Ante la pregunta sobre otras opciones de carrera diferentes a la elegida, la mayoría manifestó haber contemplado múltiples alternativas, pues no tenían muy claro cuál era la profesión que más les gustaba o llamaba su atención. Se pueden destacar unos pocos participantes que expresaron siempre haber tenido muy clara la decisión, incluso desde que eran muy pequeños.

“Hace como dos años yo quería estudiar medicina pero después me desanime mucho, la vi muy larga y yo no quería como ya empezar eso y no sé”

“Yo desde muy niño ya sabía que iba a estudiar sistemas”

“... pero la mayoría por lo que yo he visto en mi colegio cambian digamos mucho en once...”

Las personas entrevistadas consideraron que la sociedad ha creado un mito en torno a esta decisión, haciéndola más difícil y generando miedo y presión en torno a ella. Ellos consideran que algunos de los factores principales que deben motivar la elección es la pasión, lo que los hace felices, y no simplemente la remuneración económica que puede generar una profesión, además argumentan que si en algún momento llegan a sentir que su decisión no fue la correcta, están libres de seleccionar una nueva carrera.

“A mí me parece que a uno le meten mucho miedo al momento de tomar la decisión. Pues hasta los profesores, los papás, la sociedad, los mismos amigos”

“Lo primero que hay que sacarle a la gente de la cabeza es la plata, para que escojan la carrera que les guste”

“Yo soy de esas personas que prefiere hacer y arrepentirse que no hacer y hay si hubiera hecho”

EAFIT, Escuela Antioqueña de Aviación, Universidad Luis Amigó, Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá) y Pforzheim (Alemania) fueron las universidades elegidas para estudiar por los encuestados. Siendo EAFIT la preferida, pues fue seleccionada por la mayoría.

Al momento de conocer las razones principales que llevaron a la elección de la universidad, se pudo evidenciar que una oferta más orientada a lo práctico en vez de lo teórico, unas instalaciones agradables, laboratorios bien dotados, y la posibilidad de realizar intercambios académicos son fundamentales a la hora de decidir, pero sin dejar de lado el aspecto social, en el que se tiene en cuenta el ambiente, el círculo relacional con el que ha interactuado durante muchos años, la universidad de “moda” y la cercanía, aspectos que le generan un sensación de comodidad a los estudiantes. En ocasiones priman más los aspectos anteriormente mencionados que la universidad que ofrece el programa reconocido por tener el mejor nivel académico.

“... la universidad con más puertas abiertas a los intercambios, que eso es como lo que más quiero hacer...”

“Es la universidad de moda, es la universidad en la que nuestro estrato y nuestro círculo social se siente más cómodo”

“...la UPB ofrece la mejor comunicación en la ciudad, pero fuimos a visitar esa universidad y no me gusto para nada, pues el ambiente..., la infraestructura es súper linda”

“El ambiente es bueno, la universidad es muy linda, los salones son ricos, queda muy cerquita de la casa, va y almuerza en la casa, entonces la verdad es facilidad”

En cuanto a la forma en que los estudiantes obtuvieron información que soporta la toma de la decisión, se habló acerca de las ferias realizadas por los colegios así como las visitas a las universidades, aunque estas últimas no fueron aprovechadas ya que no se llevan a cabo de una forma interactiva si no teórica, donde se establecen horarios rigurosos e incompatibles para poder asistir a diferentes charlas y en algunos casos los estudiantes sintieron que más que un apoyo para la toma de decisión les estaban vendiendo algo, sin embargo destacaron lo beneficioso que resulta el acercamiento con profesores y estudiantes en este tipo de eventos. Por otro lado, en algunos colegios se realizaron pruebas psicotécnicas las cuales no fueron totalmente satisfactorias para los alumnos puesto que los resultados, en ocasiones, son muy dispersos y no se acercan a sus preferencias. Otra de las actividades que se realizan en los colegios es la inmersión laboral, que consiste en que el estudiante haga una pasantía y tenga una experiencia del mundo real, desempeñando una labor afín a la carrera que va a estudiar. Todo lo anterior, con el fin de corroborar o descartar la decisión.

“Hay varias universidades que tienen como convenio con el colegio, entonces cada año van traer como los boletines, explican y todas esas cosas y te hacen como el pensum, cuánto vale”

“Nos llevaron a universidades para que uno conociera y a uno si le hacen pues las pruebas esas de psicología o de esas cosas. No sirven para nada”

“En el colegio también tenemos la oportunidad de ir tres días como a una fábrica, pues a trabajar como con la gente en el campo de acción de la carrera”

En cuanto al tema del acompañamiento por parte de la universidad que eligieron para estudiar, se expresa que el único contacto posterior a los procesos de selección, fue la notificación vía correo electrónico, de que fueron admitidos para cursar su pregrado, también les informan sobre fechas de pago y de ingreso. Los estudiantes manifestaron el deseo de tener un mayor acompañamiento por parte de las instituciones que ayuden a alivianar los sentimientos que experimentan durante ese momento previo al inicio de las actividades académicas tales como el miedo al cambio, incertidumbre, temor a que la decisión tomada no sea la acertada y una alta expectativa.

“Estoy esperando que me llamen como para no sé me gusta que me llamen. Ósea es como un poquito desorientado todavía que uno no sabe como qué paso a seguir”

“Uno sabe cuándo le están vendiendo algo y eso es maluco porque uno quiere conocer la carrera”

“Queremos que nos hagan un acompañamiento pero no de la forma en que la están dando”

La recomendación de familiares, amigos, conocidos y profesores tiene una influencia grande en la toma de la decisión, ya que en algunas ocasiones los participantes eligen sus carreras debido a las experiencias, anécdotas y los consejos de dicho círculo social cercano. En ocasiones ese asesoramiento previo les permite ratificar o descartar la opción inicial, inclusive por encima del deseo del estudiante.

“A mí me están dando como la opción de estudiar ingeniería de sistemas...al principio la tenía como una opción pero sólo porque me la dijeron”

“Hablé con mucha gente, fui a la universidad, hablé con los profesores, y como con la gente que más confío y ya con lo de todo el mundo uno hace como su criterio”

“Mi mamá me dice que me apoya y mi papá también, pero no es como la misma emoción que ellos sintieron cuando mi hermana... como que conmigo no tienen esa certeza de que si me va a ir bien”

Se dio a conocer la influencia que tienen los colegios en la elección de los estudiantes, ya que ellos mismos manifestaron que la mayoría de los casos los alumnos de una misma institución optan por unas pocas universidades, a pesar de que las carreras sean

diferentes, es decir, de acuerdo a los énfasis de cada uno de los colegios, los jóvenes se direccionan hacia unas universidades en particular.

“Porque cuando uno vaya a Eafit uno se va a ver las caras con la misma gente que se la vio toda la vida, de otro colegio pero te vas a ver la cara, eso es como el colegio”

Aunque la mayoría de los estudiantes entrevistados consideran más importante elegir en primer lugar la carrera y posteriormente la universidad, algunos de ellos manifestaron que prima la selección de la institución ya sea por alto reconocimiento de ésta, presión social o por haber interactuado previamente en diversas actividades que les permitieron familiarizarse con la universidad, tales como clases recreativas y de idiomas.

“Yo primero me basé en la universidad”

“Yo primero escogí comunicación social y me puse a ver las diferencias entre UPB y Eafit, y la verdad la UPB ofrece la mejor comunicación en la ciudad, pero fuimos a visitar esa universidad y no me gusto para nada”

La mayoría de ellas no tuvieron en cuenta universidades públicas para llevar a cabo sus estudios de pregrado, pues consideran que no encajarían en éstas debido al ambiente, la ubicación, la lejanía a su sector de residencia y el alto riesgo de paros estudiantiles que retrasen sus estudios. Otra de las opciones que tampoco tuvieron en cuenta fue la de estudiar una tecnología, pues a pesar de pensar que éstas tienen la ventaja de que requieren un menor tiempo para finalizar los estudios y una menor inversión, reconocen que en el país existe una cierta estigmatización sobre esta opción de educación superior.

“Me dijeron la de Antioquia que es muy buena pero por eso de los paros pues quien sabe cuándo terminaría”

“A mí me da miedo estudiar en una universidad pública, pues el ambiente la verdad no es el mejor y además cuando entran en paro biología se afecta mucho”

“Uno ve una tecnología como algo no muy bueno, algo malo la verdad. Como que los que no tiene plata entonces hacen tecnologías. Lo bueno es que son dos años, no es la cantidad de plata que es una carrera, ves si te “

Estudiar en el exterior es una opción que varios consideran como la mejor alternativa pues ninguno de los programas ofrecidos tanto en la ciudad como a nivel nacional, se ajustan exactamente a sus deseos, además de tener la posibilidad de desarrollarse profesionalmente de forma más exitosa en el área de interés.

“Acá en Colombia no existe la carrera como tal de diseño automotriz sino que tiene que hacer primero diseño industrial y ya después buscar una especialización”

“No me he inscrito a ninguna universidad y la principal razón es porque no la tengo definida”

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

En las sesiones se mencionó el hecho de que los estudiantes consideran que no poseen el grado de madurez suficiente para tomar una decisión que afectará el proyecto de vida, por lo que piensan que es necesario tener un tiempo de descanso en el que puedan realizar cualquier otro tipo de actividad que les permita aclarar cuál será la decisión más acertada. Por lo anterior, gran parte de los estudiantes, deciden irse de intercambio de idiomas inmediatamente se gradúan del colegio.

“Voy aplazar los estudios seis meses... Porque voy a perfeccionar el inglés en otro país entonces para manejar bien eso y ya entonces empezar el estudio”

“A mí me parece que nosotros estamos muy pequeños para hacer como la decisión tan importante de saber qué vamos hacer el resto de nuestras vidas”

“Yo soy de esas personas que prefiere hacer y arrepentirse que no hacer y hay si hubiera hecho”

○ **Estudiantes de primero y segundo nivel de educación superior**

Las carreras que cursan los participantes de la sesión de grupo son medicina, comunicación social, administración, ciencias políticas, ingeniería mecatrónica, ingeniería financiera y gastronomía.

Al igual que el grupo entrevistado en las primeras sesiones, los estudiantes universitarios también expresaron que las principales razones por las que eligieron sus carreras fueron por vocación, por realizar una actividad que les había gustado desde pequeños, por la afinidad con las materias en las que siempre les había ido bien durante la época de colegio y por el hecho de poder ayudar a los demás, adicionalmente comentaron la importancia de que la carrera de su elección tenga un campo de acción amplio, basando su decisión en cómo quisieran vivir en el futuro.

“Desde chiquita siempre quise estudiar medicina, pues es como una vocación, uno nace con eso, es algo que le atrae a uno, como de siempre ayudar a las personas”

“Yo escogí ciencias políticas porque aunque no toda mi vida estuve segura siempre me fue bien en ciencias sociales, en los idiomas”

A pesar de lo mencionado en el párrafo anterior, cabe resaltar que para muchos de los jóvenes, la decisión se basó más en un proceso de descarte, de aquellas carreras con las que no tenían afinidad, bien sea por gusto o carencia de aptitudes según su consideración, que por una convicción de la misma.

“Yo decía que yo quería ser como ingeniero mecánico o de producción, me gustan los carros pero al final yo sabía que los números no son lo mío, es verdad, entonces no lo medite mucho, yo sabía que no servía para eso”

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

“Yo como a finales de décimo no tenía ni idea, yo buscaba en internet carreras, y tenía como una lista de todas las carreras e iba como descartando para ver cuales me gustaban”

En relación a la pregunta de si tuvieron otras opciones de carrera antes de la elección del pregrado que cursan actualmente, su respuesta fue afirmativa en muchos casos, pero lograron diferenciar lo que representaba un hobby para ellos y en lo que en realidad deseaban desempeñarse el resto de sus vidas. Otros estudiantes expresaron que a pesar de haber creído desear una carrera durante sus vidas, al momento de tomar la decisión, se percataron que esto había sido más por influencia de sus padres que por iniciativa propia, y en otros casos decidieron descartarla por no tener las habilidades necesarias para desarrollarse exitosamente. Adicionalmente, es importante resaltar que también se presentaron casos en los que los estudiantes tenían como opción preferida una carrera distinta a la que se encuentran cursando, ya que ante la negativa de sus padres no pudieron elegir libremente lo que deseaban.

“Pues mis opciones eran medicina y música, ... cuando empecé once entre en crisis y yo dije eso es una carrera voy a estudiar eso y mi mamá casi se infarta... pero también me puse a ver el pensum de medicina y me pareció mejor”

“Cuando yo era chiquita siempre dije que quería estudiar administración o negocios, y era más por mi familia porque cuando uno está chiquito, a sí eso se ve que da plata”

“A mí me gusta mucho el tema de la aviación, pero literalmente mis papas me dijeron que no, que primero tenía que escoger una carrera base”

Los estudiantes entrevistados se encuentran realizando sus programas de pregrado en el CES, EAFIT, Universidad EIA y UADE (Argentina), siendo EAFIT y la Escuela de Ingeniería las más nombradas por los participantes.

Una de las razones más relevantes para elegir la institución en la que se llevarán a cabo los estudios de pregrado es el hecho de que ésta posea un ambiente familiar, ya que el poderse encontrar con el grupo social con el que estaban acostumbrados a compartir, hace que se disminuya el miedo que esta etapa representa para los estudiantes. Para ellos es importante también que la universidad sea reconocida en la carrera de su elección. Además de lo anterior, hay factores como la infraestructura, la posibilidad de realizar intercambios académicos, mayor gusto por lo práctico que por lo teórico y la cercanía al lugar de residencia, que también influyeron significativamente en la toma de la decisión, pues se presentaron casos en los que los estudiantes le dieron un mayor valor a las variables anteriormente mencionadas, que al hecho de que otra universidad tuviera una mejor oferta académica, a su juicio, con un mejor pensum.

“Es una universidad que siempre está abierta al mundo y tiene muchos convenios con otras universidades de otros países... la segunda razón es porque me queda muy cerca a la casa y el desplazamiento es muy cercano”

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

“Yo en comunicación estaba entre la UPB y Eafit, y la UPB es como más teórica y la verdad eso me aburre mucho”

“De mi colegio la mayoría de la gente estudia allá, entonces ese ambiente se siente como medio familiar, pues yo veo muchas caras conocidas, entonces no le da tanto miedo pasar a la universidad”

Al preguntar acerca de la satisfacción que sienten los jóvenes respecto a la carrera elegida, la mayoría expresó estar parcialmente conforme con la decisión, pues si bien hasta el momento se han sentido a gusto, el hecho de estar en los primeros semestres les impide interactuar con materias relacionadas directamente con el pregrado, lo que no les permite tener una seguridad total. A pesar de lo anterior, manifestaron no tener problema en cambiar de carrera, en caso de no sentirse contentos.

“Yo estoy muy feliz en la carrera también, pero así como que yo diga que estoy 100% segura de que la elección que hice fue la que debí haber escogido, no”

“Nunca he estado seguro, pues si me llama la atención, pero no estoy seguro, pero hasta ahora si estoy contento, vamos a ver qué pasa”

“Yo espero que la universidad si cumpla con los sueños que yo tengo y la idea de mi carrera porque en realidad todavía no tengo como la visión de la universidad, pero la carrera si me gusta”

Para este segmento del estudio, se evidenció como la elección final de la carrera y de la universidad se vio altamente influenciada por los padres de los jóvenes, argumentándoles sobre la importancia de tener una carrera “base” que les permita conseguir un trabajo seguro en el futuro, discriminando así carreras poco convencionales tales como aviación, música, comunicación, entre otras. Por otro lado, se presentó un rechazo a algunos pregrados por parte de la familia debido al costo que éstos representan. Igualmente cabe resaltar que se presentaron situaciones en las que los padres no estaban de acuerdo con la elección de sus hijos, pero aun así la aceptaron y apoyaron.

“En mi casa todos son administradores, o estudiaron negocios, o alguna ingeniería, entonces yo fui como la primera que me salí de ese ámbito y la verdad sí creó un poco de controversia en mi casa”

“Yo igual quería estudiar aviación, pero no, porque primero era una carrera muy cara y no querían que yo estudiara eso que porque no les parecía muy buena, pero pues yo pienso que después de estudiar mecatrónica puedo especializarme en un área como la aeronáutica”

Los semilleros, las vacaciones de verano, las pasantías y otras actividades extras que las universidades ofrecen, tales como cursos de idiomas, permitieron que se creara un ambiente de confianza entre el estudiante y la institución, familiarizándose con ella y haciendo que la decisión fuera influenciada por dichos elementos.

“Yo he ido toda mi vida, desde que yo era chiquita iba a clase de inglés, tenía primas que estudiaban allá, entonces como que siempre crecí y ya me parecía un ambiente familiar”

“Es como unas vacaciones académicas, y son las vacaciones de junio y van normalmente niños de décimo y once, y ahí se nos informan de las carreras y nos dan un momentico clase”

Los estudiantes consideran que el apoyo psicológico, las pruebas psicotécnicas y la inmersión laboral, actividad llevadas a cabo en los colegios, fueron de gran utilidad ya que contribuyeron a la aceptación o al descarte de la carrera previamente seleccionada. En la mayoría de los casos, dichos ejercicios les generaban a los alumnos tranquilidad y aprobación para estar más seguros de la elección.

“Mi colegio empezó desde noveno con el cuento de las universidades y más que con la ayuda de la carrera mi colegio tiene una cosa que se llama inmersión laboral, es que nos mandan una semana a una empresa”

“En mi colegio también hacemos la inmersión... a mí como que me parece que ayudó muchísimo también, pues puede ayudar a confundir, pues más de una dice no esto no es lo mío, entonces uno entra en crisis”

“Yo no tenía ninguna otra opción, pero por si acaso para estar como segura hice una cosa con un psicólogo de orientación profesional y me salió medicina de 89.88, entonces nunca consulté otra cosa”

La información de las universidades fue recolectada por diversos medios entre los cuales están las ferias realizadas en colegios, investigación por cuenta propia en canales virtuales y recomendaciones de amigos, familiares y conocidos.

“Algo que yo le reconozco mucho a mi colegio es que en esa parte si ayudan muchísimo, pues todo lo que uno necesite, todo el año están, pues llaman a gente a conferencias”

“El primer contacto que tuve con la universidad fue como la investigación que yo hice de las universidades que tenían mi carrera y ya a raíz de eso me comuniqué con ellos”

Tanto los padres como los mismos estudiantes, no tuvieron como opción ingresar a universidades públicas, pues al tener la posibilidad económica para acceder a una oferta que bajo su consideración es mejor, no ven la necesidad de indagar más acerca de estas alternativas.

“Mi papá ni me dio la opción porque él consideraba que no era una universidad apta, ósea, si yo tenía la posibilidad de estudiar en la Escuela no iba a desaprovechar esa oportunidad”

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

Muchos estudiantes manifiestan que el nivel académico con el que llegan a la universidad varía mucho dependiendo del colegio del cual fueron egresados, situación que poco interesa a los profesores, por lo que los jóvenes ven la necesidad de implementar herramientas de nivelación, ya sea por medio de un examen o de clases magistrales antes del inicio del curso, para lo que puede ser útil la publicación del pensum de una manera más detallada dándole la posibilidad al estudiante de estudiar autónomamente.

“Si yo hubiera sabido desde el principio, hubiera hecho un refuerzo de esas cosas que necesitaba”

“Yo digo que el examen que hacen las universidades de admisión es algo necesario pero que no sea de eso sino para evaluar aptitudes y capacidades... debería decir como usted es apto para entrar a primer semestre entonces usted primero refuerce esas cosas”

3.2 INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

Tabla 2 Ficha Técnica Investigación 2

Tema	Factores que influyen en la decisión de selección de universidad y programa de pregrado
Tipo de Investigación	Investigación Cuantitativa Descriptiva de diseño transversal
Técnica	Encuesta
Muestreo	No probabilístico por conveniencia
Tamaño de la muestra	100 encuestas
Medios utilizados	Software Qualtrics, computadores y tabletas

Las preguntas planteadas en el cuestionario, creadas a partir de los resultados obtenidos en la investigación cualitativa, pretendían obtener datos cuantitativos acerca de los atributos, las razones y la caracterización del proceso de toma de decisión para la elección del pregrado y la universidad. A diferencia de la investigación cualitativa, sólo fue necesario elaborar una encuesta que abarcara ambos segmentos debido a que no se encontró una diferencia notoria entre las preguntas que debían hacerse a las dos poblaciones.

El número de encuestas fue determinado como se explicó previamente en la metodología, basados en que el segmento de estudio se considera una población infinita, por lo que de acuerdo al grado de confianza y de error establecidos, se obtuvo que el número óptimo de cuestionarios a realizar era 96 aproximando este valor a 100.

Para la elaboración de las encuestas, se visitaron instituciones académicas donde se encuentra el público objetivo, como lo son colegios y universidades de la ciudad de

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

Medellín y sus alrededores, teniendo en cuenta que las personas se seleccionaron a través de un muestreo no probabilístico a juicio del investigador.

3.2.1 Cuestionario

Sexo

Masculino

Femenino

Edad

Entre 15-17

Entre 18-20

Más de 21

Estrato socioeconómico

Estrato 4

Estrato 5

Estrato 6

Es usted estudiante de

Colegio

Universidad

Seleccione el área a la que pertenece la carrera de su elección

Ingeniería

Salud

Humanidades

Diseño

Aviación

Administración

Gastronomía

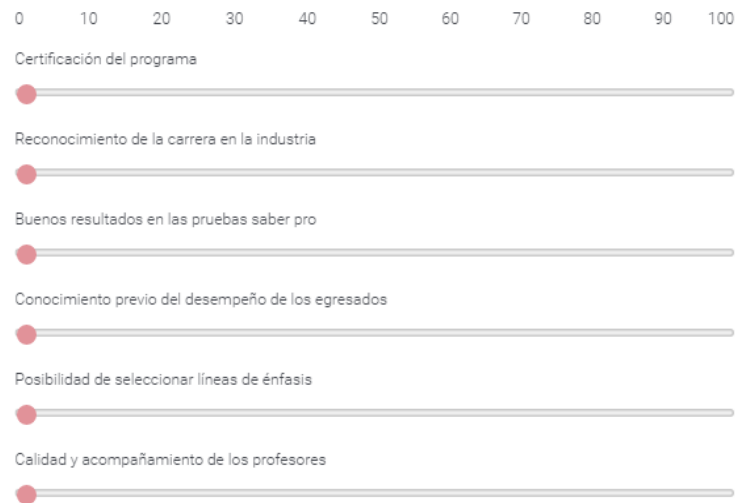
Ciencias Naturales

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

Distribuya 100 puntos entre los siguientes aspectos de acuerdo a la importancia, dándole más puntos a lo que para usted fue más trascendental al momento de elegir la universidad en la que estudia o desea estudiar



Distribuya 100 puntos entre los siguientes aspectos de acuerdo a la importancia, dándole más puntos a lo que para usted fue más influyente al momento de elegir el programa universitario



La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

Distribuya 100 puntos entre las siguientes razones de acuerdo a la importancia, dándole más puntos a lo que para usted fue más significativo al momento de elegir el programa universitario

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

Posibilidad de viajar



Ayudar a los demás



Afinidad con materias vistas en el colegio



Integración de gustos



Sugerencias de padres o conocidos



Campo de acción



Remuneración



Seleccione el principal medio por el cual conoció la universidad de su elección

La universidad visitó mi colegio

El colegio visitó a la universidad

Internet

Reconocimiento social

Recomendaciones (voz a voz)

Otra

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

Siempre tuve claro lo que iba a estudiar

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

En caso de que su respuesta anterior haya sido ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, seleccione de qué manera tomó la decisión final

Por descarte

Por recomendación

Por afinidad con ciertas materias

Por remuneración

Por estilo de vida

Distribuya 100 puntos entre las siguientes personas de acuerdo a la influencia que ejercieron sobre su decisión, dándole más puntos a las más decisivas

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

Padres



Otros familiares



Amigos



Pareja



Profesores



Nadie



La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

Seleccione cuál de las siguientes elecciones realizó primero

Selección de programa académico

Selección de universidad

Quales actividades considera usted que las universidades deben realizar para mejorar el acompañamiento a los alumnos en especial al comienzo de la vida universitaria

Tomar un curso previo, ofrecido por la universidad, para poder contar con elementos suficientes para ingresar a primer semestre

Pensum más detallado con temas específicos a tratar en el curso

Tutor durante los primeros semestres

Otra

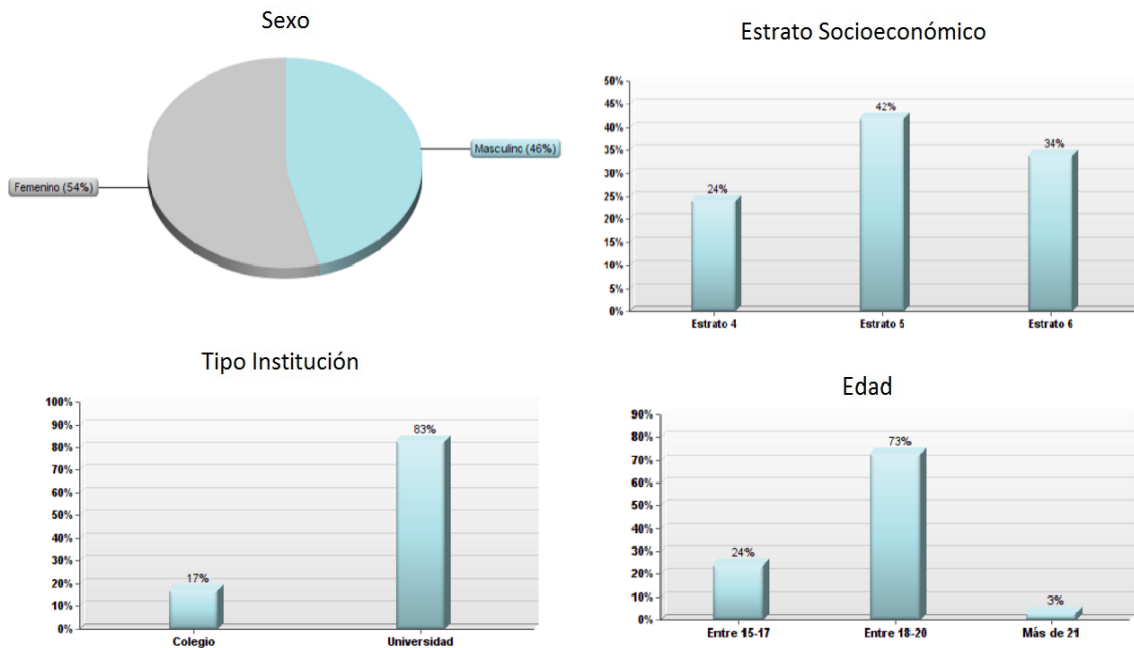
Expresa su opinión de acuerdo a las siguientes afirmaciones

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Consideré estudiar en universidad pública	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El colegio fue muy influyente para la decisión de universidad y pregrado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuve poco acompañamiento por parte de la universidad desde que fui admitido hasta el inicio de las clases	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me cambiaría de universidad si en algún momento ésta no llena mis expectativas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me cambiaría de carrera si en algún momento ésta no llena mis expectativas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

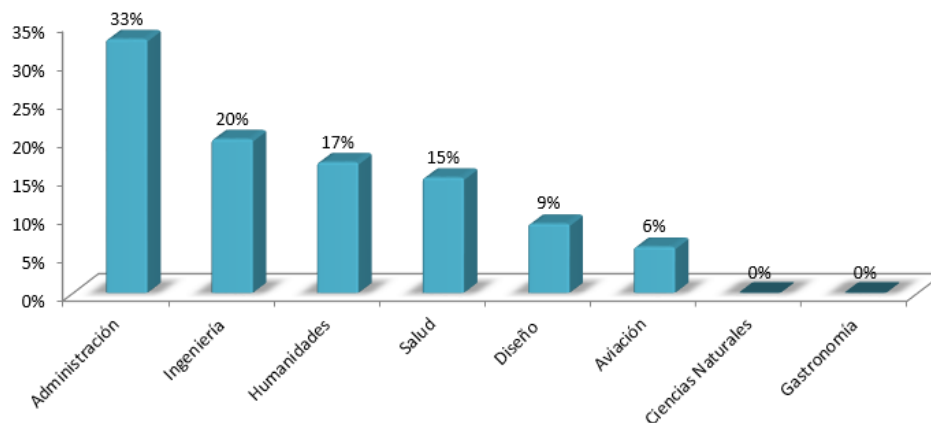
3.2.2 Análisis Investigación Cuantitativa

Ilustración 3 Variables Demográficas



Del total de encuestados, la mayoría pertenece al sexo femenino, además un gran número de ellos se encuentra entre la edad de los 18 y 20 años y otra cantidad considerable está entre los 15 y 17. Por otra parte, la universidad es el tipo de institución en la que la mayoría de participantes se encuentra estudiando.

Ilustración 4 Áreas del Programa Académico



La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

Analizando los resultados de las áreas a las cuales pertenecen los programados académicos elegidos por los estudiantes, evidentemente Administración se encuentra en el primer lugar, posteriormente el número de estudiantes que seleccionaron Ingeniería, Humanidades y Salud es similar, Diseño y Aviación son las opciones menos mencionadas por los encuestados y sin embargo campos como Ciencias Naturales y Gastronomía no fueron tenidas en cuenta por ningún estudiante.

Tabla 3: Criterios para la elección de la Universidad

Criterio	Promedio	Desviación Estándar
Posicionamiento de la carrera en la universidad	28.69	23.69
Ambiente	15.44	14.55
Posibilidad de intercambio	13.29	11.9
Laboratorios y demás herramientas	12.04	13.85
Infraestructura	12.03	12.53
Cercanía al lugar de residencia	8.29	12.41
Facilidad de transporte	6.57	8.55
Facilidad en la forma de pago	3.65	6.35

Es claro que el factor más importante para los encuestados es el posicionamiento de la carrera en la universidad, en segundo lugar se encuentra el ambiente el cual hace referencia a la posibilidad de interactuar con el círculo social con el que han convivido durante la época de colegio, en tercer lugar están la posibilidad de intercambio, laboratorios y demás herramientas e infraestructura de la institución que son estadísticamente iguales, después se ubican la cercanía al lugar de residencia y la facilidad de transporte, por último el criterio que es menos importante para la selección es la facilidad en la forma de pago.

Dado que se presenta una desviación estándar tan alta para el posicionamiento de la carrera, se decidió analizar individualmente este atributo, mediante rangos de frecuencia para de esta manera observar el comportamiento de las respuestas.

Tabla 4 Rangos posicionamiento de la carrera

Rango	Posicionamiento de la carrera en la universidad
0 - 10	29
11 - 20	24
21 - 30	11
31 - 40	13
41 - 50	11
51 - 60	4
61 - 70	3
71 - 80	2
81 - 90	0
91 - 100	3

Basados en la Tabla 4 se pudo concluir que para muchas personas es importante pero para otros no, situación generada por la dispersión de los datos, es decir para el 29% de los encuestados no es relevante este aspecto pues se le otorgó una clasificación menos o igual a 10 puntos, sin embargo para 11 de los encuestados este criterio tuvo una calificación entre 21 y 30 puntos y 38 personas fue superior a 30, ratificando así que este es el aspecto más importante para los estudiantes.

Tabla 5 Criterios para la elección del programa

Criterio	Promedio	Desviación Estándar
Reconocimiento de la carrera en la industria	31.12	21.16
Certificación del programa	20.87	17.45
Calidad y acompañamiento de los profesores	17.36	19.01
Posibilidad de seleccionar líneas de énfasis	16.72	17.79
Conocimiento previo del desempeño de los egresados	11.58	12.78
Buenos resultados en las pruebas saber pro	2.35	6.62

El reconocimiento de la carrera dentro de la industria es claramente el criterio más importante para los encuestados al momento de elegir el programa, seguido por la certificación del programa, en tercer lugar se encuentran tanto la calidad y el acompañamiento de los profesores como la posibilidad de seleccionar líneas de énfasis, el conocimiento previo del desempeño de los egresados y los buenos resultados en las pruebas Saber Pro son los elementos menos influyentes en la toma de la decisión.

Cabe resaltar que los criterios propuestos para esta categoría fueron conceptos teóricos extraídos de la propuesta de valor que contemplan las universidades para los programas

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

académicos pero no fueron mencionados como factores relevantes por ninguno de los participantes en las sesiones de grupo.

Tabla 6 Rangos del reconocimiento de la carrera

Rango	Reconocimiento de la carrera en la industria
0 - 10	21
11 - 20	21
21 - 30	20
31 - 40	14
41 - 50	14
51 - 60	2
61 - 70	3
71 - 80	4
81 - 90	0
91 - 100	1

El hecho de que la desviación estándar del criterio posicionamiento de la carrera en la industria sea la más alta, hace que se profundice acerca del comportamiento de la misma, por lo que se evidencia que si bien para 42 de los encuestados este aspecto no es relevante, 58 de ellos le colocan una calificación mayor a 20 puntos.

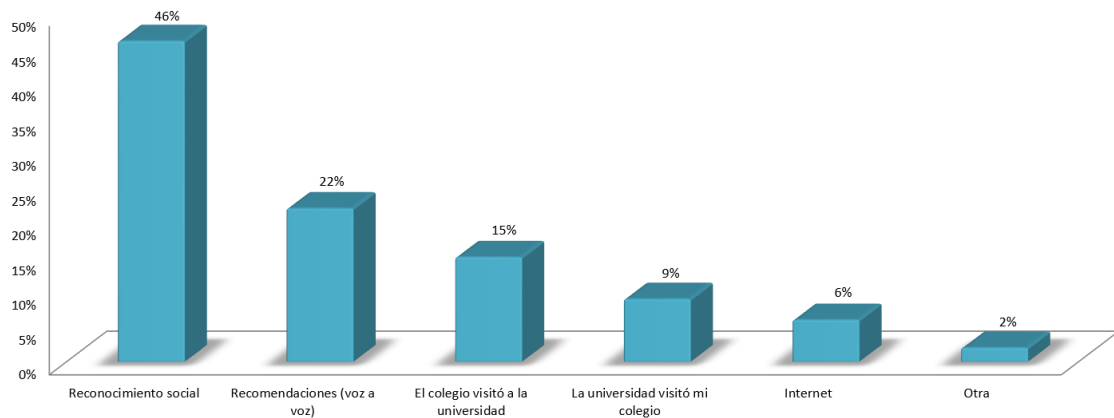
Tabla 7 Razones que influyeron en la elección de programa académico

Criterio	Promedio	Desviación Estándar
Integración de gustos	24.01	20.86
Campo de acción	23.42	20.28
Remuneración	16.26	16.03
Ayudar a los demás	15.58	20.1
Posibilidad de viajar	9.22	12.52
Afinidad con materias vistas en el colegio	6.33	8.77
Sugerencias de padres o conocidos	5.18	11.37

La integración de gustos y el campo de acción de la carrera son los atributos que lideran las razones que influyeron en la elección del programa académico, seguido de la remuneración y el interés por ayudar a los demás, dentro de los elementos menos relevantes al momento de realizar esta elección se encuentran la posibilidad de viajar, afinidad con materias vistas en el colegio y las sugerencias de padres o conocidos.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

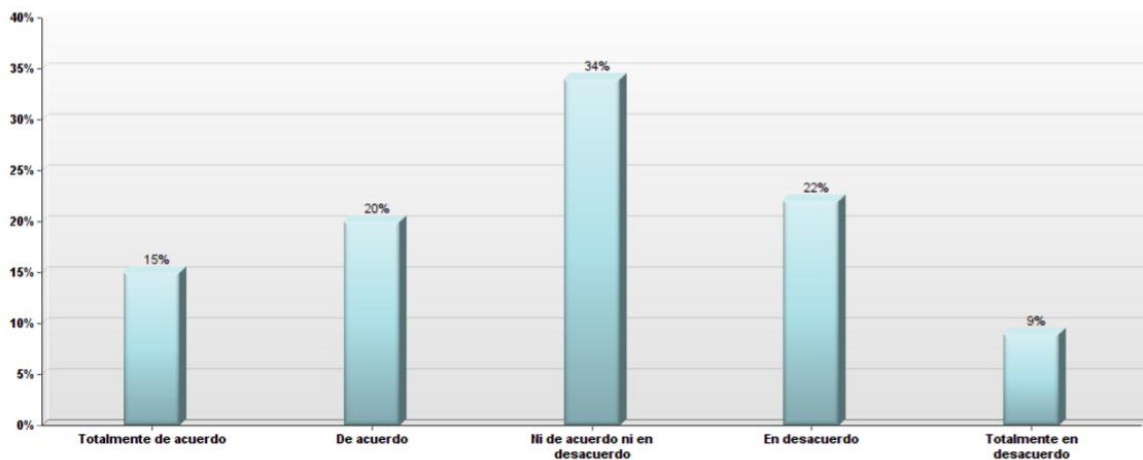
Ilustración 5 Medios por lo que conoció la Universidad



Evidentemente el reconocimiento social es el principal medio por el cual los estudiantes conocieron la universidad en la que estudian o desean estudiar, este aspecto hace referencia a lo conocida o popular que es la institución por el círculo social, refiriéndose principalmente al posicionamiento y a la imagen de la marca que ésta posee.

En cuanto al detalle de “otra”: dos de los estudiantes manifestaron haber conocido la universidad por medio de publicidad ubicada en taxis y restaurantes y también por familiares que trabajan en la institución.

Ilustración 6 ¿Siempre tuve claro lo que iba a estudiar?



La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

El 35% de los estudiantes encuestados manifestaron siempre haber tenido claro el pregrado que iban a cursar, el restante que corresponde al 65% declararon encontrarse indecisos respecto a esta afirmación.

Tabla 8 ¿De qué manera tomó la decisión?

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Por estilo de vida	23	35%
Por afinidad con ciertas materias	18	28%
Por recomendación	11	17%
Por remuneración	9	14%
Por descarte	4	6%

Se le preguntó a los estudiantes que en la anterior pregunta dieron como respuesta “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, “en desacuerdo” o “totalmente en desacuerdo” manifestar de qué manera tomaron la decisión del pregrado a estudiar, para lo cual en primer lugar se ubica el estilo de vida, haciendo referencia a la manera en cómo viven los egresados al momento de ejercer la profesión. En segundo lugar, la afinidad con ciertas materias vistas en el colegio les permite guiarse y decidir lo que van a estudiar, las recomendaciones y la remuneración al momento de salir al campo laborar se ubican en el tercer puesto, y por último, muy pocos son quienes toman la decisión por descarte.

Tabla 9 Personas que influenciaron la decisión

Criterio	Promedio	Desviación Estándar
Nadie	42.27	41.49
Padres	27.47	28.73
Otros familiares	11.64	16.77
Profesores	8.43	15.81
Amigos	7.76	12.31
Pareja	2.43	8.4

En el análisis de esta pregunta, a pesar de que “nadie” fue la respuesta que se ubica en primer lugar, en segundo lugar se ubican los padres, seguido de otros familiares quienes también estuvieron involucrados en la decisión del alumno, los profesores y los amigos influyen muy similarmente a los jóvenes y se ubican en cuarto lugar y por último las parejas sentimentales de los encuestados son las que menos tienen relación en la decisión.

Cabe aclarar que en esta pregunta se presentó una limitación debido a que la interpretación que le dieron los estudiantes no era la esperada, ya que el objetivo era que

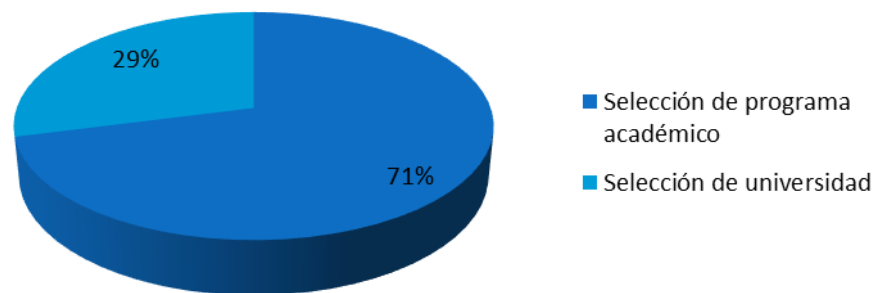
La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

aquel que considerara esta opción era porque nadie había influenciado su decisión, es decir los 100 puntos sólo se debían asignar a dicha opción. Por el contrario, los estudiantes interpretaron dicha alternativa como el porcentaje de la decisión que fue de manera autónoma.

Tabla 10 Rangos para influenciados por "Nadie"

Rango	Nadie
0-10	41
11-20	5
21-30	4
31-40	3
41-50	6
51-60	7
61-70	3
71-80	4
81-90	3
91-100	24

Ilustración 7 ¿Cuál elección realizó primero?



La selección del programa académico fue la elección que los estudiantes realizaron en primer lugar. A pesar de esto, también hay un gran número de personas que tomaron la decisión de manera contraria.

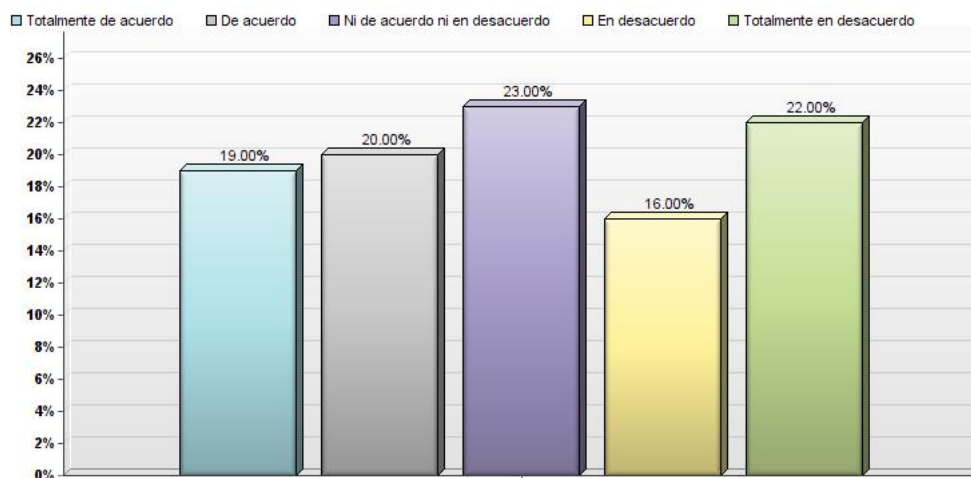
Tabla 11 Actividades para mejorar el acompañamiento

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Tomar un curso previo, ofrecido por la universidad, para poder contar con elementos suficientes para ingresar a primer semestre	57	57%
Pensum más detallado con temas específicos a tratar en el curso	32	32%
Tutor durante los primeros semestres	21	21%
Otra	1	1%

Al preguntarles a los alumnos acerca de cuáles actividades consideraban que las universidades deberían realizar para mejorar el acompañamiento, en primer lugar se ubica tomar cursos previos ofrecidos por la universidad, que les permita contar con los elementos suficientes para cursar de forma exitosa el primer semestre. Un pensum más detallado con temas específicos a tratar en el curso fue la segunda opción, seguido de un tutor durante los primeros semestres que pueda hacer un seguimiento más detallado del proceso.

Tan sólo una persona propuso otra alternativa diferente a las expuestas, la cual consistió en tener más ayuda por parte de los profesores durante el día a día del proceso.

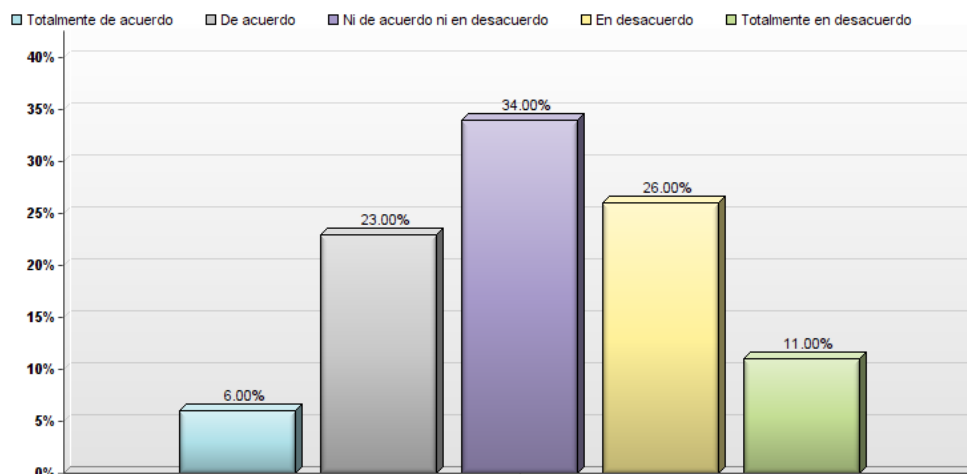
Ilustración 8 Consideré estudiar en una universidad pública



39% de los estudiantes consideraron estudiar en una universidad pública, el 38% no tuvieron en cuenta este tipo de universidades y el 23% se mostró indeciso al momento de tomar la decisión.

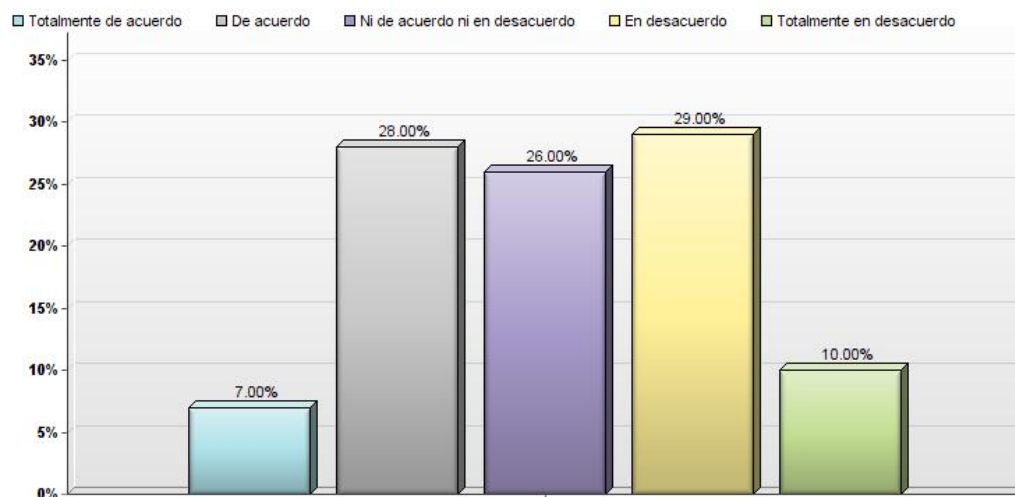
La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

Ilustración 9 El colegio fue influyente en la decisión



De los encuestados, fueron más los que consideraron que el colegio no influyó en la decisión de universidad y pregrado, seguido por los estudiantes que se encontraron indecisos y por último fueron menos los que tuvieron en cuenta para la elección, la influencia del colegio.

Ilustración 10 Tuve poco acompañamiento por parte de la universidad desde que fui admitido

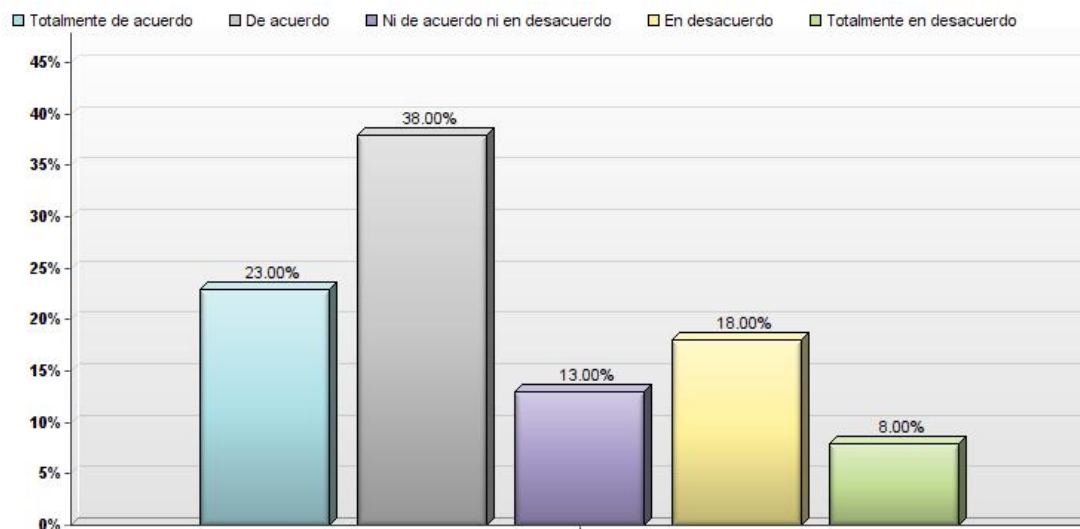


El 35% de los estudiantes encuestados manifestaron haber tenido poco acompañamiento por parte de la universidad desde el momento que fueron admitidos hasta el inicio de las

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

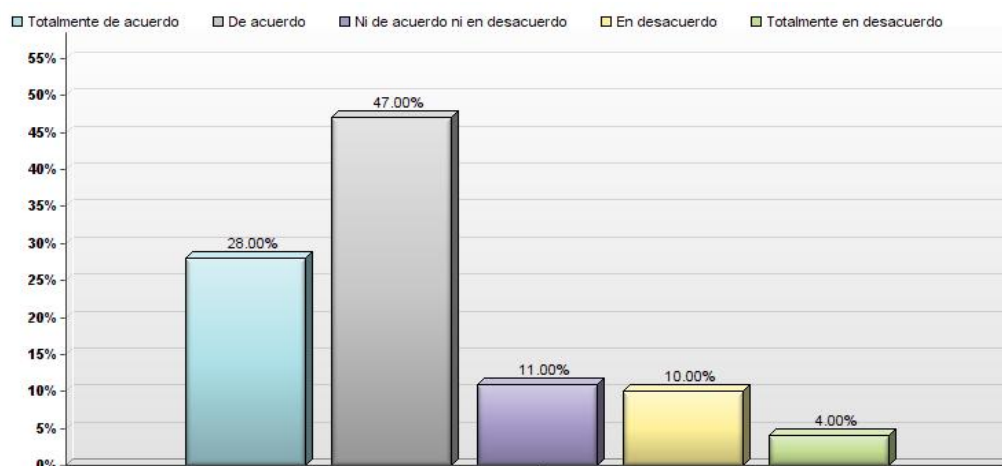
clases, el 39% consideraron que sí hubo compañía por parte de la institución y los restantes se mostraron indecisos.

Ilustración 11 Me cambiaría de universidad si en algún momento ésta no llena mis expectativas



La mayoría de los estudiantes, correspondiente al 61%, no presentan ningún inconveniente en cambiarse de universidad si en algún momento ésta no cumple las expectativas y tan sólo el 26% no se cambiarían de institución.

Ilustración 12 Me cambiaría de carrera si en algún momento ésta no llena mis expectativas



La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

El cambio de carrera en caso de no satisfacer las expectativas es más común para los estudiantes con un 75% de aprobación por ellos mismos, el 14% se mostraron en desacuerdo con dicha afirmación.

Tabla 12 Sexo vs Área del Programa Académico

Sexo	Administración	Aviación	Diseño	Humanidades	Ingeniería	Salud
F	29.63%	5.56%	9.26%	24.07%	9.26%	22.22%
M	36.96%	6.52%	8.70%	8.70%	32.61%	6.52%

Como se puede evidenciar en la Tabla 12 Sexo vs Área del Programa Académico el sexo femenino se inclina más por carreras pertenecientes a las áreas de humanidades y de salud. Por otro lado, los hombres mostraron mayor tendencia a preferir áreas administrativas y de ingeniería.

Tabla 13 Estrato vs Áreas del Programa Académico

Estrato	Administración	Aviación	Diseño	Humanidades	Ingeniería	Salud
4	50.00%	4.17%	8.33%	12.50%	16.67%	8.33%
5	23.81%	9.52%	7.14%	23.81%	19.05%	16.67%
6	32.35%	2.94%	11.76%	11.76%	23.53%	17.65%

Al realizar el mismo análisis anterior pero respecto al estrato socioeconómico de los encuestados, se encontró que las personas pertenecientes a al estrato 4 se inclinaron más por las carreras del área administrativa, los del 5 por humanidades y aviación, y los del estrato socioeconómico más alto se enfocaron más en diseño, ingeniería y salud.

Tabla 14 Estrato vs Criterios para la elección de la Universidad

Estrato	Cercanía al lugar de residencia	Facilidad en la forma de pago	Posibilidad de intercambio	Posicionamiento de la carrera en la universidad	Ambiente	Laboratorios y demás herramientas	Infraestructura	Facilidad de transporte
4	13.4	6.0	11.8	24.5	10.2	10.6	12.1	11.4
5	7.2	2.4	14.7	30.2	16.6	11.1	12.7	5.1
6	6.0	3.6	12.6	29.8	17.8	14.2	11.1	5.0

Al hacer un análisis segmentado acerca de los criterios de se tuvieron en cuenta para la elección de la universidad, la cercanía al lugar de residencia, la facilidad en la forma de pago y la facilidad de transporte fueron más valorados por estudiantes del estrato 4. Por otro lado, se pudo evidenciar que los estratos 5 y 6 tuvieron un comportamiento similar en cinco de los ocho aspectos evaluados donde el posicionamiento de la carrera en la universidad y el ambiente recibieron calificaciones estadísticamente iguales y fueron los

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

más valorados. Cabe resaltar que los atributos más importantes para los estratos 4 fueron los menos calificados por los otros dos estratos.

Tabla 15 Sexo vs Criterios para la selección del pregrado

Sexo	Cerificación del programa	Reconocimiento de la carrera en la industria	Buenos resultados en las pruebas saber pro	Conocimiento previo del desempeño de los egresados	Posibilidad de seleccionar líneas de énfasis	Calidad y acompañamiento de los profesores
F	21.8	28.3	1.3	13.0	18.8	16.8
M	19.8	34.4	3.6	9.9	14.3	18.0

Dentro de las razones expresadas por los estudiantes para seleccionar el pregrado, las mujeres se enfocaron más en variables como el conocimiento previo del desempeño de egresados y la posibilidad de seleccionar líneas de énfasis, mientras que el sexo masculino se centró en el reconocimiento de la carrera en la industria. Para los demás atributos se presentó un comportamiento similar.

Tabla 16 Sexo vs Razones de elección del pregrado

Sexo	Posibilidad de viajar	Campo de acción	Remuneración	Ayudar a los demás	Sugerencia de Padres o conocidos	Afinidad con materias	Integración de gustos
F	10,2	23,0	13,1	18,9	6,0	6,1	22,8
M	8,1	23,9	20,0	11,7	4,2	6,6	25,5

Aunque para la mayoría de variables se presentó un comportamiento muy similar, la remuneración fue mucho más importante para los hombres que para las mujeres, y pasó lo contrario para el criterio relacionado con la ayuda a los demás, donde las mujeres le otorgaron mayor puntuación.

Tabla 17 Sexo vs Personas influyentes en la elección de universidad y pregrado

Sexo	Padres	Otros familiares	Amigos	Pareja	Profesor	Nadie
F	28,9	13,0	5,9	3,3	9,4	39,6
M	25,8	10,1	10,0	1,4	7,2	45,4

En cuanto a las personas que influenciaron la toma de decisión de los estudiantes, se evidenció que para las mujeres, los padres influyeron más en la selección de programa y universidad que para los hombres, para estos últimos, los amigos ejercieron mayor injerencia que para el sexo femenino.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

3.2.3 Conclusiones Encuestas

Las principales áreas elegidas por los encuestados fueron administración, ingeniería, humanidades y salud, evidenciando una tendencia más marcada por el sexo femenino hacia estas dos últimas, mientras que para el sexo opuesto la preferencia se centró en las primeras. Adicionalmente, la mitad de los encuestados pertenecientes al estrato 4, manifestaron que las carreras pertenecientes al área administrativa son las más afines a ellos, para el estrato 5 la atracción se enfoca en pregrados como la aviación y las humanidades, finalmente el estrato 6 simpatiza más con diseño, ingeniería y salud sobre los demás estratos socioeconómicos.

Criterios como el posicionamiento de la carrera en la institución de educación superior y el reconocimiento de la carrera en la industria fueron los factores más influyentes para la elección de universidad y de programa académico respectivamente. En contraste con lo anterior, los factores reales que motivaron la selección de la carrera fueron la integración de gustos y el campo de acción, los cuales difieren del aspecto mencionado anteriormente, pues los criterios planteados en el cuestionario surgen de una base conceptual mientras que las razones son netamente expresadas por los estudiantes en las sesiones de grupo.

Se concluye que el reconocimiento social y posicionamiento que poseen las universidades en el entorno fueron las principales fuentes por las que los estudiantes conocen las instituciones de educación.

Si bien la remuneración se ubica en segundo lugar dentro de las razones en las que se basa la elección del programa académico, para aquellos estudiantes que no tenían claro que iban a estudiar éste es un factor que no determina la selección, pues es la penúltima opción elegida por los encuestados.

Actualmente los padres de familia influyen altamente a los estudiantes en sus decisiones de pregrado, por tal motivo se pudo concluir que a pesar de que el joven es quien finalmente toma la decisión, los padres son un público al que también deben dirigirse las universidades.

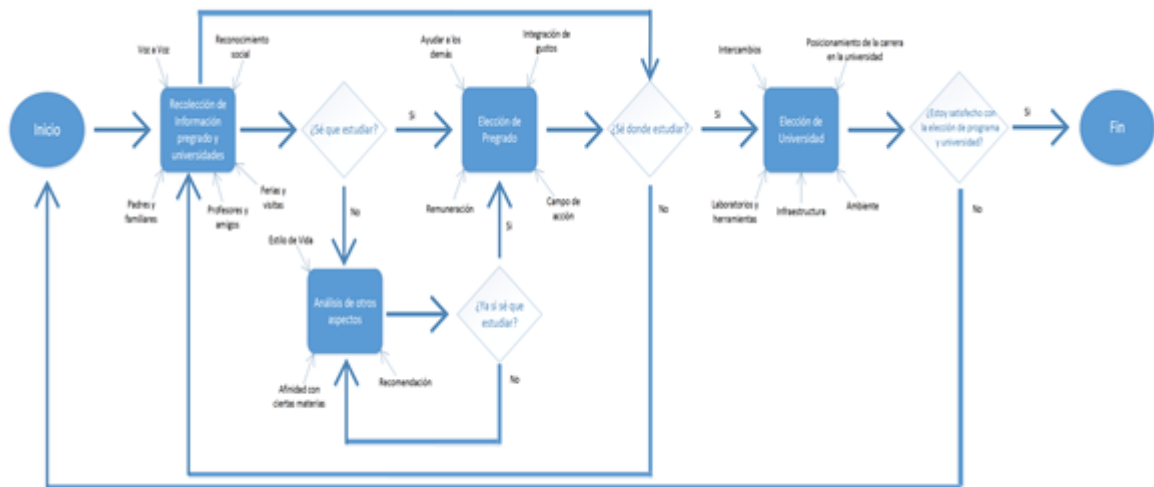
Las universidades deben tener en cuenta que son muchos los estudiantes que no tienen problema en cambiarse de institución si ésta no cumple sus expectativas, por lo que deben siempre enfocarse en la satisfacción y el bienestar del alumno, garantizando la conservación del mismo, pues el hecho de que el estudiante en un momento determinado seleccione una universidad específica no quiere decir que esta será su decisión final.

A los estudiantes les gusta conocer un poco más a fondo en qué consiste la carrera, cual es el pensum, los temas que verán en cada una de las asignaturas, pues de esta manera ellos consideran que podrían afianzar previamente al inicio de las actividades académicas ciertos contenidos, garantizando un mejor desempeño y rendimiento durante la carrera.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

Es interesante que para el 29% de las personas sea tomada primero la elección de la universidad que la de la carrera, pues a pesar de que es una minoría, el porcentaje es un valor considerable. De esto se puede concluir que existe una cantidad representativa de alumnos que se enfocan más en las características y en lo que ofrecen las instituciones que en una carrera o futura profesión.

Ilustración 13 Proceso toma de decisión para la elección de programa y universidad



La Ilustración 13 representa el proceso que siguen los jóvenes para la elección de programa académico y universidad según los resultados obtenidos en el estudio, donde la decisión comienza con la recopilación de información proveniente de diversas fuentes, seguido por la selección de programa, identificándose los atributos que más tienen en cuenta los estudiantes, si con esta información no se sienten aún seguros de la carrera que desean cursar, establecen otros criterios que ayudan a determinarla. Siguiendo a este primer paso, los alumnos proceden a definir la universidad en la cual realizarán sus estudios, para este paso también se establecen los criterios más relevantes e influyentes, pero si el estudiante no tiene claro cuál es la institución a la que desea ingresar, volverá nuevamente al paso de recolección de información para poder llegar a una determinación. Finalmente, una vez el alumno ha comenzado su vida universitaria, se considera que el proceso aún no termina, pues como se manifestó en la investigación, el hecho de que el estudiante considere una primera elección no quiere decir que ésta será su opción definitiva, por lo que en esta etapa es necesario que él mismo evalúe ambas selecciones.

3.3 PLAN DE ACCIÓN

En primer lugar las universidades deben crear un departamento de mercadeo, el cual sería el encargado de estudiar el mercado, analizarlo, estructurar las estrategias e iniciativas, comunicarlas y difundirlas, es de suma importancia que se integren y lleven a cabo todas las actividades de una forma coordinada, pues no solo basta con definir tácticas sino que es crucial comunicarlas para que estas puedan ser exitosas.

3.3.1 Tácticas de publicidad

- **Campus virtual interactivo:**

Se recomienda utilizar medios alternativos sobre medios masivos pues de esta forma se puede llegar a los estudiantes de una forma más directa y atendiendo las necesidades puntuales del mercado objetivo, en concordancia con lo anterior se propone la creación de un campus virtual interactivo exclusivo para los estudiantes de los colegios pertenecientes al mercado objetivo, donde se le entregará usuario y contraseña a cada uno de los jóvenes para que puedan acceder al mismo, en este se encontrará información útil tal como el detalle desagregado del pensum, que permita ingresar a contenidos específicos de las diferentes asignaturas, pues esto iría en concordancia con lo solicitado por los encuestados que manifiestan que esta iniciativa podría proporcionar la oportunidad de estudiar proactivamente mejorando su desempeño.

Adicionalmente en este sitio web se deberían exponer testimonios de los egresados, variable valorada por los estudiantes según los estudios realizados, pues dichos casos de éxito pueden servir como factor motivacional, adicionalmente también se podrían incluir escalas salariales, exposiciones desde el sector empresarial donde se destaque el desempeño y aporte de los egresados a la industria.

El campus debe tener adicionalmente un espacio enfocado en las diferentes misiones académicas que la universidad realiza a otras ciudades o países, así como los intercambios que se ofrecen, lo anterior soportado por las experiencias de otros estudiantes. También sería útil resaltar el recorrido y trayectoria de las prácticas profesionales realizadas por los estudiantes.

- **Visitas a colegios y ferias universitarias**

Deben seguirse realizando las visitas a los colegios y de igual manera estos a la institución pero teniendo un enfoque diferente al que se da en la actualidad, donde estos espacios se centran principalmente en la realización de conferencias y presentación de la malla curricular. La propuesta es que en dichos encuentros se basan en experiencias donde de una forma interactiva los estudiantes conozcan

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

acerca de los programas a través de simulaciones de las actividades en las cuales se desempeñaría un profesional de dicha área.

Estas visitas también pueden ser acompañadas por testimonios de actuales estudiantes de la institución y de profesionales, donde estos expongan su vivencia.

- **Ferias padres de familia**

Teniendo en cuenta la influencia que aún ejercen los padres y otros familiares en la decisión de elección de pregrado y de universidad, se propone que las instituciones de educación superior realicen ferias en los colegios dirigidas a este público de tal manera que ellos obtengan un conocimiento más profundo acerca de la oferta académica.

- **Presencia en redes sociales**

La presencia en redes sociales se hace casi que una práctica obligatoria si se tiene en cuenta la grande y creciente interacción que el público objetivo tiene con dichos medios, en estos espacios debe proporcionarse información interesante para los usuarios potenciales por lo que el mismo no debe centrarse solo en contenido académico sino también acerca de los diferentes eventos y de situaciones que evidencien el día a día en la universidad, el ambiente, donde se cuenten experiencias. Adicionalmente es de suma importancia que en estos se pueda generar interacción con los seguidores de dichas redes, donde estos puedan aclarar sus dudas y conocer sus pensamientos y posiciones.

Redes sociales con publicaciones divertidas, que se cuenten experiencias, que permita interacción, que el estudiante pueda comunicarse con los encargados por parte de la universidad, que permita que los estudiantes puedan preguntar y sentirse más cercanos con la institución. Se pueden incluir también videoconferencias para conocer las necesidades de los estudiantes y asesorarlos.

- **Discursos segmentados**

Las estrategias de publicidad pueden segmentarse de acuerdo a los hallazgos encontrados mediante el cruce de variables realizado, estructurando un discurso que exalte los aspectos que para cada público resultan más importante, así por ejemplo en caso de que el colegio sea femenino la comunicación debe darle prioridad a carreras como las humanidades y el área de la salud, exaltando atributos como la experiencia y logros alcanzados por sus egresados además de las líneas de énfasis que cada uno de los programas pueda presentar.

Por otro lado al momento de realizar el discurso en colegios masculinos se debe hacer énfasis en carreras como las ingenierías y la administración, destacando el reconocimiento de cada una de las carreras en la industria y casos que evidencien la remuneración obtenida por los profesionales de estas áreas.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

3.3.2 Relaciones públicas

- **Encadenamiento con la media**

Esta estrategia consiste en la creación de programas ofrecidos por la universidad en los colegios, a los estudiantes de los grados noveno, décimo y once, esto con el fin no de obtener títulos adicionales sino para que los estudiantes desde temprana edad se sientan parte de la institución desarrollando así un sentido de pertenencia hacia la misma. En esta estrategia se entregará carné a los estudiantes, las asignaturas serán impartidas por profesores pertenecientes a la universidad e inclusive en varias ocasiones se visitará la universidad para asistir a sus laboratorios, generando interacción directa con ésta. Se debe evaluar la posibilidad de que algunas de las materias impartidas sean homologables con el pensum universitario una vez los estudiantes comiencen sus estudios superiores.

- **Semilleros**

Los cuales pueden ser impartidos tanto en las universidades o como extracurriculares en los mismos colegios, estas deben tener la característica de ser dinámicas y pueden estar directamente relacionadas con alguna de las carreras ofrecidas por la universidad donde se realizarían por ejemplo visitas a empresas, o construcción de robots entre otros dependiendo de cada programa, o pueden ser cursos complementarios como idiomas o deportes, lo anterior tiene como objetivo principal crear vínculos emocionales y de familiaridad con la institución, hechos que pueden tener influencia al momento de realizar la elección.

- **Pasantías cortas**

Con estas se pretende ofrecer la vivencia de una experiencia universitaria, donde por una semana los estudiantes asistan a un curso corto dictado en las instalaciones de la universidad, realizando una inmersión en el día a día y el ambiente de estas instituciones, interactuando y experimentando con la cotidianidad de estos recintos.

3.3.3 Promoción de ventas

- **Concursos o retos**

Este tipo de actividades consisten en que la universidad plantee situaciones o casos objeto de estudio, para que los estudiantes propongan ya sea de manera individual o grupal posibles soluciones, la mejor o mejores opciones recibirán premios tales como la inscripción gratuita para presentarse al programa, o algún semillero o pasantía.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

- **Beneficio a los mejores**

Este beneficio consiste en otorgar un descuento en el primer semestre de universidad a los mejores estudiantes de colegios con los cuales se establezca un convenio, los colegios serán seleccionados por la universidad previamente y teniendo en cuenta que sean afines al público objetivo de la institución.

Teniendo en cuenta la facilidad con la cual los estudiantes manifiestan estar dispuestos a cambiar de pregrado y universidad si en algún momento no llegan a sentirse satisfechos, se propone las siguientes estrategias para prevenir la deserción estudiantil:

Departamento de retención:

Este departamento sería una dependencia del área de mercadeo, el cual tendría como objetivo hacer un acompañamiento psicológico, académico y motivacional a los estudiantes, donde por ejemplo se propongan actividades de nivelación, de orientación profesional entre otras.

Esta dependencia sería la responsable de hacer un seguimiento proactivo de forma periódica del proceso académico de los estudiantes en las diferentes asignaturas de tal manera que se puedan tomar correctivos oportunos para obtener un mejor desempeño por parte de los estudiantes.

Evaluación cualitativa de la universidad:

Como las inconformidades no siempre surgen de fallas académicas sino que pueden nacer por otro tipo de motivos generales de la universidad, se recomienda la realización de evaluaciones cualitativas tales como una sesión de grupo en los primeros niveles académicos que permitan generar correctivos y promover la reinducción de los estudiantes. Esto es una iniciativa complementaria a las evaluaciones periódicas realizadas a los profesores, por parte de los estudiantes, las cuales permitirán tener una visión más amplia de varios aspectos de la institución.

Egresados a seguir:

Se proponen actividades tales como la realización de boletines informativos donde se destaque a un personaje egresado de la semana, y la creación de ciclos de conferencias con graduados ilustres que permitan generar motivación para los estudiantes, volviéndolos a atraer y cautivar.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Una vez realizadas, recopiladas y analizadas las investigaciones tanto cualitativa como cuantitativa, con las cuales no sólo se pudieron identificar y comprender atributos, razones y elementos relevantes para la toma de decisión de pregrado y universidad, sino que adicionalmente permitieron caracterizar dicho proceso identificando sus componentes y el orden en que se encuentran, se obtuvieron diversas premisas y deducciones que se plantean a continuación y sobre las cuales se basaron las propuestas plasmadas en el plan de acción.

Realizar un seguimiento constante al bienestar y satisfacción del estudiante, de tal manera que se puedan corregir inconvenientes o situaciones que estén perjudicando la estadía del alumno en la institución, serían actividades que las universidades deberían llevar a cabo para impedir la deserción de estos.

Los principales medios por los que los estudiantes conocieron la universidad fue por el reconocimiento social y por el voz a voz lo que hace evidente la importancia de que las instituciones de educación superior se enfoquen en desarrollar, potenciar y comunicar su marca.

Existe un gran número de estudiantes que presentan indecisión frente a las decisiones de elección de pregrado y universidad por lo que se convierten en mercado objetivo para las instituciones de educación superior.

Se recomienda que las universidades patrocinen cursos y actividades llevadas a cabo en los colegios de tal manera que los estudiantes desde temprana edad tengan relación con la institución, generando así empatía con esta e inclinando la decisión de elección de universidad a su favor.

A partir de lo analizado en las sesiones de grupo y las encuestas, se puede plantear que las visitas de las universidades a los colegios y de éstos a las instituciones de educación superior, se deben enfocar en temáticas tales como la remuneración de los profesionales de cada una de las diferentes carreras, el campo de acción de cada programa, el estilo de vida de los egresados y los puestos y cargos que éstos ocupan en la industria.

Realizar actividades por parte de las universidades que permitan que los estudiantes interactúen con éstas de forma previa al momento de la toma de decisión del lugar donde se llevarán a cabo los estudios superiores, tales como semilleros o cursos complementarios, permiten a los jóvenes familiarizarse y despertar cierto grado de pertenencia que puede influir posteriormente en la decisión final.

Dentro de los resultados encontrados por medio de las diversas investigaciones, se evidencia que los estudiantes desean tener un acercamiento más profundo a los

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

contenidos curriculares, esto con el fin de que puedan estudiar proactivamente las temáticas que se tratará en las asignaturas y así obtener mejores resultados, ya que actualmente sólo se muestran las mallas curriculares con poco acercamiento a los contenidos específicos.

Para la realización de las ferias dirigidas a padres de familia se recomienda realizar un estudio cualitativo y cuantitativo que permita identificar los aspectos más relevantes tenidos en cuenta por este público, con el fin de enfocar dichas actividades en estos atributos.

Se recomienda profundizar por medio de una investigación cualitativa acerca de las razones por las que los estudiantes objeto del estudio, es decir los pertenecientes a los estratos 4, 5 y 6 tengan en cuenta estudiar en una universidad pública, ya que es considerada por muchos de los encuestados.

Se pensaría que una de las decisiones más racionales del ser humano es la educación pero a partir de la información encontrada en el estudio se concluye que son múltiples los aspectos emocionales y difícilmente se pueden tangibilizar los racionales.

Debido a la complejidad del cuestionario, para futuros estudios se recomienda la participación de un encuestador, de tal manera que éste pueda asesorar y hacer seguimiento individual a cada uno de los participantes. También esto serviría para que el encuestador abarque equitativamente toda la población objeto de estudio.

5. CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES

- Por medio de la sesiones de grupo se pudieron identificar los factores más influyentes en la selección de la universidad los cuales fueron infraestructura, posibilidad de realizar intercambios, ambiente familiar donde se interactúa con el círculo social con el que habitualmente se han relacionado, laboratorios con otras herramientas complementarias y la prioridad que la institución hace de lo práctico sobre lo teórico. Adicionalmente por medio de la encuesta se pudo establecer un orden de importancia, encontrando que el más influyente es el posicionamiento de la carrera en la universidad.
- Con el estudio cualitativo se pudieron encontrar las principales razones que los estudiantes tienen en cuenta para seleccionar el pregrado que desean cursar, entre los cuales están integración de gustos, posibilidad de viajar, afinidad con materias vistas en el colegio, posibilidad de establecer relaciones y ayudar a los demás, el campo de acción o simplemente por vocación. Información corroborada por medio de la investigación cuantitativa la cual arrojó como resultado que los dos criterios más relevantes son la integración de gustos y el campo de acción con resultados estadísticamente iguales.
- El reconocimiento de la carrera en la industria y la certificación del programa son los criterios más importantes para los estudiantes, los cuales se plantearon desde la teoría y fueron extraídos de la propuesta de valor que presentan las diferentes universidades en cada uno de sus programas, sin embargo al contrastar los resultados obtenidos en las sesiones de grupo se evidencia que estos no fueron mencionados en el estudio cualitativo por iniciativa propia de los estudiantes, ya que ésta es una decisión que va un poco más por lo emocional que lo racional.
- El proceso de toma de decisión por parte de los estudiantes, inicia eligiendo el programa académico que desean estudiar por encima de la universidad en la cual se llevarán a cabo dichos estudios, a pesar de ello se obtuvo que el 29% de los estudiantes realiza primero la última elección lo cual es una respuesta interesante pues con ello se evidencia que existen factores que pueden ser implementados por las universidades para atraer a los jóvenes sin depender exclusivamente de los programas que ofrezcan.
- Es importante destacar el hecho de que existe casi una igualdad entre aquellos encuestados que manifiestan haber considerado como una alternativa realizar los estudios de pregrado en una universidad pública y los que no; situación que sin lugar a dudas aumenta la competencia para las universidades, al incluir mayor cantidad de opciones para los estudiantes. Adicionalmente se demuestra como los padres y otros familiares siguen teniendo injerencia en la decisión de pregrado y

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

universidad de los jóvenes, efecto que va en concordancia con la forma en la cual los estudiantes manifiestan haber conocido la universidad, pregunta para la cual el reconocimiento social y el voz a voz fueron las opciones más seleccionadas tanto para el estudio cualitativo como para el cuantitativo.

- Se puede establecer que los estudiantes toman primero la elección del pregrado y posteriormente la de la universidad, ambas influenciadas por los criterios ya expuestos en el desarrollo del trabajo. Este proceso no finaliza con dichas selecciones sino con la autoevaluación del grado de satisfacción que los estudiantes sienten frente a las consideraciones previamente establecidas, pues queda abierta la posibilidad de cambiar esas decisiones.
- Se concluye que el tipo de investigación cuantitativa genera una limitación para los encuestados, ya que se deben regir por unas propuestas u opciones brindadas para responder. Por el contrario, la cualitativa, que en este caso fueron sesiones de grupo, permite la libre expresión y en muchos casos sin darse cuenta los estudiantes ofrecen información valiosa que favorece y ayuda al correcto desarrollo del trabajo. Dada la situación anterior, no se puede trabajar de manera excluyente los dos tipos de investigación, ya que a partir de la cualitativa es que se pueden obtener las hipótesis que servirán como guía para la realización de la cuantitativa, y con ésta última es que se puede medir la escala de importancia en la cual se ubican dichos supuestos; siendo estos instrumentos que se complementan entre sí. Sería interesante realizar una nueva investigación de tipo cualitativo que permita validar los resultados obtenidos a través de la encuesta para conocer más a fondo las razones que motivan a los estudiantes en sus decisiones.
- Se puede deducir que la creación de estrategias, propuestas y recomendaciones se convierte en una tarea más simple a partir de los resultados obtenidos mediante la realización de un ejercicio investigativo sólido.

BIBLIOGRAFÍA

Arteaga, F., Fayos, T., Gonzalez-Gallarza, M., & Servera, D. (2011). Análisis y evaluación del servicio de formación universitaria: implicaciones para el marketing estratégico de las universidades. *Revista de Investigación En Educación*. Recuperado de <http://webs.uvigo.es/reined/ojs/index.php/reined/article/view/295>

Alcaldía de Medellín. (2013). Encuesta Calidad de Vida. Medellín.

Báez y Pérez de Tudela, J. (2012). Investigación Cualitativa. Alfaomega.

Benassini, M. (2009). Introducción a la investigación de mercados: Enfoque para América Latina. Pearson.

Binda, N. U., & Balbastre-Benavent, F. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: Buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Revista de Ciencias Económicas*. Recuperado de <http://www.revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/12730>

Cobos Puebla, M., & Salas Velasco, M. (2006). La demanda de educación superior: un análisis microeconómico con datos de corte transversal. *Revista de Educación*. Secretaría General de Educación y Formación Profesional. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2057279&info=resumen&idioma=SPA>

Arellano Cueva, R., Rivera Camino, J., & Morelo Ayala, V. (2013). Conducta del Consumidor: Estrategias y políticas aplicadas al marketing . Madrid: ESIC Editorial.

Clow, K. E., & Baack, D. (2010). Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing. Naucalpan de Juárez: Pearson.

Clow, K. E., & Donald, B. (2010). Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing (4 ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson.

Consejo Nacional de Acreditación. (2015). Consejo Nacional de Acreditación República de Colombia. Obtenido de <http://www.cna.gov.co/1741/article-186371.html>

DANE. (2010). Perfil sociodemográfico 2005 - 2015 Total Medellín. Medellín.

K, A. (14 de 07 de 2014). Crece negocios. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>

Kotler, P. (2001). Dirección de Marketing (Décima ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Marketing. Naucalpan de Juárez: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Dirección de marketing. México D.F.: Pearson.
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2012). Dirección de Marketing (Décimocuarta ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson.
- Lamb, C. W., Hair, J. J., & McDaniel, C. (2011). Marketing. México D.F.: Cengage Learning.
- Malhotra, N. (2008). Investigación de mercados. Prentice Hall.
- Melo B., L. A., Ramos F., J. E., & Hernández S., P. O. (2014). La Educación Superior en Colombia: Situación Actual y Análisis de Eficiencia. Bogotá.
- Nivelle, F. N. (1968). Análisis de los Canales de Distribución y Organización Comercial. Vilassar de Mar - Barcelona: Oikos Tau .
- Peter, J. P., & Donnelly, J. J. (1996). Administración de Marketing (tercera ed.). Madrid, España: Irwin.
- Ponce Díaz, M. D., Benzanilla Hernández, T., & Rodríguez Ibarra, H. A. (2012). Factores que influyen en el comportamiento del consumidor. Contribuciones a la Economía .
- Real Academia Española. (2014). Real Academia Española. Obtenido de <http://lema.rae.es/drae/?val=publicidad>
- Restrepo Ayala, C. (20 de Febrero de 2015). Técnicas de investigación. Clase maestría Escuela de Ingeniería de Antioquia . Envigado.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). Comportamiento del Consumidor. México D.F.: Pearson.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2010). Comportamiento del Consumidor. Naucalpan de Juárez: Pearson.
- Sistema Nacional de Acreditación. (2015). Lineamientos para la acreditación institucional. Bogotá.
- Solomon, M. R. (2008). Comportamiento del Consumidor (Séptima ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson.
- Vega, V. H. Mercadeo Básico.
- Vega, V. H. (1991). Mercadeo Básico. San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

White Correa, L. (19 de Febrero de 2015). Mercadeo en la Universidad. (M. Gómez Valencia, & M. Velásquez Hoyos, Entrevistadores)

Wilton, P. C. (1994). Actualización en Marketing. University Of California, Berkeley. Bogotá: ORBIS.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

ANEXOS

Anexo 1 Sesiones de Grupo

Estudiantes de grado once

Primera sesión de grupo

M: monitor.

Hombre de 16 años

Mujer de 16 años

Mujer de 18 años

Mujer de 16 años

Mujer de 18 años

Hombre de 15 años

M: ¿Qué carrera decidieron estudiar?

- Yo me presenté a aviación acá en la academia.
- Yo voy a estudiar comunicación social en la universidad Luis Amigó.
- Yo voy a estudiar diseño automotriz en Alemania en una universidad que se llama Pforzheim.
- Yo voy a estudiar psicología en Eafit porque esa universidad se basa más no tanto en lo medicinal ni en los medicamentos sino más en lo práctico.
- Yo voy a estudiar derecho en Eafit.
- Yo voy a estudiar ingeniería de sistemas en Eafit.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

M: ¿y por qué esa carrera?, ¿Qué les gusta?

- Pues es lo que me gusta, es lo que me ha gustado siempre, como que es lo mío.
- Porque tiene todo lo que a mí me ha gustado, me gusta leer, me gusta escribir, me gusta como todas las cosas que tiene la carrera entonces la escogí.
- Decidí escoger esta carrera porque me gusta mucho los carros y además el diseño, entonces sí son las dos cosas que me gustan.
- Pues me gusta la psicología porque me gusta cómo ayudar a las personas, como entenderlas, como manejarlas y ese tipo de cosas.
- Me gusta esa carrera porque tiene que ver con todo lo que hacemos día a día, porque me gusta saber cómo el origen de las cosas y saber pues todo como se origina.
- Escogí esa carrera porque me llama la atención Ramadi y esas cosas.

M: ¿Siempre pensaron estudiar eso?

- Yo lo decidí toda la vida.
- Yo también.
- No yo no, yo estaba entre medicina y diseño automotriz pero hice un semillero en vascular y definitivamente escogí lo otro.
- Yo desde muy niño ya sabía que iba a estudiar sistemas.
- Yo iba a estudiar primero comunicación social pero después tenía las dos opciones, entonces cuando estuve en la entrevista me pareció como que me iba mejor por el lado de la psicología que de la comunicación. Pues primero que digamos uno se basa más en la información y darle al mundo, y la otra es más como con cada uno, es más privada entonces también la manera en cómo me dijeron que eran las clases en la universidad. Entonces si yo estudiara comunicación era en la UPB entonces me gusto más como el método de Eafit.
- Yo no sabía que iba a estudiar derecho hasta el último año, hace poquito. Al principio fue como por descarte pero después me di cuenta que era lo que me gustaba.

M: ¿y por qué por descarte?

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

- Porque yo no tenía ni idea de que iba a estudiar.

M: ¿pero por qué esa carrea? Pues tú dices como no sé qué voy a estudiar entonces voy a estudiar eso.

- No, yo empecé a descartar, porque medicina no y ya empecé psicología, y no las ingenierías no y me quedo esa y me gusto.

M: ¿Alguien como algún familiar o un amigo les dieron recomendaciones, les decían como porque se podían inclinar o todo fueron ustedes?

- Pues de mi parte si fue todo por mí, y pues ningún familiar tiene nada de relacionado con eso.
- En mi familia si hay, yo tengo una tía que es psicóloga organizacional y yo comunicación la voy adquirir por esa parte, la organización y la empresa y todo eso, entonces me gusta lo que ella hace.

M: ¿y has recibido como acompañamiento por parte de ella?

- Ella solo me ha contado como lo que hace, de que se trata la carrera y así.
- Yo no tengo ninguna referencia. Nadie en mi familia ha estudiado ni siquiera diseño. Pues mi prima estudia diseño industrial pero ella me dice que no estudie diseño.

M: ¿por qué?

- Pues ella como que no le gustó mucho y sigue estudiando la carrera pero ya porque le toca terminar, pero a mí si, como el pensum y todo eso me gusta.
- No, pues mis papás siempre estuvieron apoyándome, pues a ellos no les importa que yo estudie lo que sea con tal de estudiar algo que a mí me guste, entonces yo tenía esas dos opciones y a ellos les parece cualquiera de las dos.
- A mí me están dando como la opción de estudiar ingeniería de sistemas y que podía trabajar con mi prima que ella ha creado una empresa y que en este momento se necesitan muchos programadores y les iba muy bien, y al principio la tenía como una opción pero solo porque me la dijeron.

M: ¿y quién te dijo eso?

- Mi mamá y mis tías, pero no era algo que me llamara mucho la atención entonces no, y en este momento con la carrera que decidí estudiar si tengo muchos referentes, pues muchos tíos que si son abogados.
- Yo desde que supe que quería sistemas lo hice porque me interesó y nadie me dijo y nadie de mi familia ha estudiado sistemas, y como yo lo hice desde muy chiquito nadie me ha dicho como ve estudia esto o estudia lo otro.

M: ¿nunca te llamo la atención nada más?

- Pues de hecho antes yo quería estudiar ingeniería mecatrónica porque mi hermana estudio eso, pues siempre me importo porque me interesaba pero no era lo suficiente.

M: ¿Por qué escogieron la universidad?

- Yo escogí esa universidad fue de acuerdo a los consejos de mis tías que me dieron varias opciones donde podía estudiar, me dijeron la de Antioquia que es muy buena pero por eso de los paros pues quien sabe cuándo terminaría, también me dijeron cuales en este momento no eran tan buenas, cuales estaban mejor y me dijeron que derecho era muy bueno porque los profesores de la de Antioquia eran de ahí, trabajaban ahí, y también por el relacionamiento que hay allá.
- Yo primero escogí la carrera y después busque una universidad porque acá en Colombia no existe la carrera como tal de diseño automotriz sino que tiene que hacer primero diseño industrial y ya después buscar una especialización, pero a mí no me interesaba tanto como el diseño industrial que son como empaques y esas cosas sino el diseño automotriz. Entonces tenía la opción de irme a Alemania empecé a buscar universidades y encontré una universidad allá que tenía la carrera que se llamaba diseño automotriz. Entonces primero escogí la carrera y luego busque la universidad.

M: ¿y por qué te enfocaste tanto en ese país?

- Porque yo estudie en el colegio alemán, y ya tengo el idioma, y tengo la opción de estudiar allá o acá entonces prefiero estudiar allá. Y todos dicen que estudiar allá es muy caro pero allá la universidad es gratis, entonces de pagar una universidad acá que es cara entonces lo pago allá, y allá puedo tener mejores oportunidades y aprovechar el idioma.
- Yo decidí que iba a estudiar eso e investigue y me di cuenta que era la mejor entonces por eso la elegí. Además las otras universidades son como vuelen, pues por decirlo así en cambio en ésta forman un piloto y una persona humana.

M: ¿y cuáles fueron como esas universidades o esas opciones que tenías?

- Yo tenía los Halcones y esa, la Academia.
- Yo primero me base en la universidad. Yo pensaba también estudiar en la Medellín, pero yo tengo dos amigos que estudian comunicación en la Luis Amigó y me dicen que esa carrera allá era muy buena, entonces les creí.
- Pues yo primero me base en la carrera y ya después mire la universidad porque en esta carrera se basa mucho en lo medicinal y yo no me basaba en eso y por eso escogí esa universidad.
- Pues obviamente escogí primero la carrera y este año empecé a buscar la universidad.

M: ¿y que otras opciones tenías?

- En la Escuela de Ingenieros y la Nacional.

M: ¿y por qué las otras no?

- No me gustan las públicas y es muy lejos.

M: ¿Y cómo fue ese proceso? ¿Cómo obtuvieron información acerca de la universidad, de los pregrados? ¿Cómo buscaron esa información? ¿Recibieron algún acompañamiento por parte de la universidad, o por parte del colegio, o de lo que dice la gente?

- Pues normalmente el último año en mi colegio se basan como en hacernos investigar sobre la carrera, entonces no importa si era una universidad que ni siquiera conocíamos, era buscar el pensum, o preguntarles a familiares o personas que estudiaran allá, entonces pues con toda esa información por lo menos yo supe en que universidad estudiar. En mi colegio hay como un señor que se encarga de todo eso de estudio en Alemania, pues de universidades alemanas.

M: ¿y solo son alemanas?

- Pues nos hacen como el apoyo en universidades en Colombia pero también en universidades alemanas. Y Alemania lo que está buscando es que jóvenes se vayan a estudiar allá, porque solo hay viejitos y necesitan gente joven. Ese señor se encarga de, es decir, tú le dices como del plan de estudio que quieres, la zona donde te gustaría vivir, que carrera y ya él te busca como las opciones que hay y ya tu escoges cualquiera.

M: por ejemplo la feria que hacen en tu colegio ¿cómo es? ¿Invitan a la universidad?

- Sí, hay varias universidades que tienen como convenio con el colegio, entonces cada año van traer como los boletines, explican y todas esas cosas y te hacen como el pensum, cuánto vale, el costo. Y también además de las universidades públicas que hay en Alemania hay privadas que tienen buen nivel y también traen eso.

M: ¿y hacen lo mismo con las universidades de acá?

- Sí, obvio. Pero en mi colegio nunca la traen porque mi carrera es una carrera muy específica. Ese señor fue el que me hizo todo. No les digo pues que yo le decía que quería y él lo busco.
- Yo ya estaba haciendo unos cursos como de extensión en la universidad entonces ya decidí.

M: ¿pero entonces cuando decidiste que ibas hacer unos cursos, como te diste cuenta que eso cursos existían, como buscaste, como obtuviste esa información?

- En internet.
- Pues hubo un día que nos llevaron a todas las universidades.

M: ¿y ustedes no iban a las universidades?

- No. Por ejemplo en las ferias universitarias, pues de carreras que hizo el CES yo fui allá, había stand pero uno solo tenía como dos horas y podías ir como a veterinaria, y te enseñaban como inyectar una vaca, o en medicina era como clase de anatomía.
- En el colegio de nosotras nos llevaban a varias universidades y las universidades nos mostraban las carreras que habían, con los pensum.

M: ¿las universidades no iban a ustedes?

- No, solo fueron dos.

M: ¿cuáles?

- Fue la San Buenaventura y la Escuela de Halcones creo. Y de resto fuimos nosotros a la universidad, a las ferias que hacían las universidades.
- Yo obtuve información cuando fui a Eafit. Pues como apenas conocía.

M: ¿en la feria?

- Sí, allá averigüé y ya después cuando mis tíos me dijeron que esa era una buena opción pues ya tenía conocimiento previo porque ya había ido entonces fue fácil.
- Yo busque por internet, me interesó la carrera y ya.

M: ¿y allá les hacían alguna actividad o solamente les exponían como el pensum?

- No, eso era muy diferente, eso era como en el auditorio entonces tenía cada carrera un lugar y pues no era obligatorio ir a todos, solo donde tú quisieras y tuvieras la idea.

M: ¿y en todas las universidades fue así?

- Sí.

M: ¿a cuáles fueron?

- Fuimos al CES, a Eafit, a la UPB. Una vez habíamos ido a la nacional pero no fue como para saber de las universidades sino un trabajo aparte, a la Medellín y ya.

M: ¿y cómo ha sido el acompañamiento que les ha dado la universidad? ¿Pues cómo ya casi van a empezar, les mandan correos, se han comunicado con ustedes? ¿Cómo ha sido todo eso? ¿O todavía no les han dicho?

- A mí me dicen mañana.

M: ¿sí? ¿Y cómo te pareció ese proceso?

- Mi proceso es un examen teórico y dos entrevistas.

M: ¿y te imaginabas que tenían como tantos filtros para poder entrar?

- No, yo pensé que eso era así tipo Eafit de solo entregar papelería.
- Pues a mí ya me aceptaron, tengo que pagar y ya. Y sé que en enero veinte y algo es la inducción para los estudiantes nuevos, pero estoy esperando que me llamen como para no sé me gusta que me llamen. Ósea es como un poquito desorientado todavía que uno no sabe cómo que paso a seguir.

M: ¿Y cómo te informaron que habías pasado, un correo, te llamaron?

- Por un correo. A mí me dijeron que ya me habían aceptado.

M: y por ejemplo cuando ustedes ya decidieron, ¿cómo fue esa obtención de información o el acompañamiento para saber que había que hacer?, ¿tengo que presentar exámenes?, ¿qué papeles tengo que llevar?, ¿fue fácil?, ¿difícil?

- A mí me pareció difícil.

M: ¿pero la ayuda te la daba el colegio o la universidad?

- Los dos, porque yo tengo que hacer algo universitario sí o no, entonces en la universidad de diseño como tal no puedo hacer el pre-universitario, entonces ella tiene una conexión con una universidad que se llama Malte, entonces yo ahí hago como un pre-universitario que es un año con materias de la universidad, pues de mi carrera y de ahí me pasan, entonces yo lo que tenía que hacer era; yo me presente a tres universidades para hacer el pre-universitario en Alemania y esas tres me permitían hacer el examen acá en Colombia, pues el colegio era el que te vigilaba y esas cosas. Uno era de nivel de Alemán y el otro era en mi caso como de derechos humanos y esas cosas, y ya con eso yo lo mando y además tengo que mandar los papeles de mis notas de decimo y once, tengo que mandar un examen de alemán que uno hace en el colegio, yo ya lo mande, tiene que ir al consulado y pagar una plata, y el cónsul te pone un sello, lo mandas a Alemania y ellos te dan licencia. Y ya el man que tiene la conexión con mi colegio te ayuda con todo eso. Y la de Alemania es caleña entonces como en español ya es más fácil y ya te pregunta como ¿dónde te vas a quedar? Te hace acompañamiento, te abre la cuenta bancaria y eso.
- Por la plataforma de la universidad, pues ahí decía todo.

M: ¿por parte del colegio no tuviste ningún acompañamiento?

- No pues es que en este momento yo pedí como una cita aparte porque voy aplazar los estudios seis meses entonces todavía estoy esperando la respuesta por correo.

M: ¿y por qué vas aplazar los estudios?

- Porque voy a perfeccionar el inglés en otro país entonces para manejar bien eso y ya entonces empezar el estudio.
- Más que todo es de la universidad por una página ahí, pues por internet y me informaron por correo.

M: ¿y sabes cuál es el paso a seguir?

- Pues yo tengo entendido que solamente es tomarme la foto del carnet e ir a la inducción.

M: ¿Qué expectativas ya tienen de la vida universitaria?, ¿de la carrera?, ¿qué esperan?, ¿cómo se sienten?

- Que me guste y que me logre adaptar, que si sea muy enfocado a los carros y no a los trenes y esas cosas, y yo espero que sí me guste porque me da miedo que no me guste porque ya no sabría qué hacer, no tengo segunda opción. También cómo adaptarse a ese cambio que uno tiene porque son cosas totalmente diferentes el colegio a la universidad, entonces digamos amigos que uno tiene que ya van como en el cuarto semestre le dicen a uno que al principio es como difícil por lo que uno extraña estar con los del salón y todo eso, y pues así como acostumbrarse y entender que uno va cambiando y que a medida me vaya gustando más y más la carrera y cuando la termine haga de ella algo positivo con la vida de cada uno. No, yo espero que sí me guste lo que vaya a estudiar porque tampoco tengo otra opción, y también espero adaptarme rápido al cambio de rutina y de todo.

M: ¿Creen que las universidades les podrían ayudar a ustedes de alguna forma a que ese cambio sea simple o esa adaptación sea más fácil? ¿Se les ocurre alguna forma?

- Pues como un consejero estudiantil, sí un consejero estudiantil que le ayude a uno.
- Es que eso ya es de cada uno, pues algo personal.
- Si uno siente que necesita como ayuda o algo pues uno investiga o pide ayuda a la universidad a ver que le puedan como cambiar el horario o algo así que se le dificulte a uno pero en sí eso es algo como de cada uno, pues adaptarse a los cambios.
- Yo también creo que no es mucho lo que pueda hacer la universidad uno es el que se tiene que adaptar a eso, porque la mayoría de personas tiene que pasar por ese cambio entonces la universidad no puede hacer mucho.

Segunda sesión de grupo

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

M: monitor

Mujer de 17 años

Hombre de 17 años

Mujer de 16 años

Hombre de 18 años

Hombre de 18 años

Hombre de 18 años

Mujer de 17 años

Mujer de 17 años

M: ¿Ya saben que van a estudiar?

- Bueno yo voy a estudiar comunicación social en Eafit, pues escogí esa carrera porque siempre he querido como organizar eventos y es una carrera que me permite como ejercer en esto.
- Yo quiero estudiar derecho, eh la escogí porque siempre me ha gustado sociales, historia y esa rama de humanidades, pero la verdad fue más descarte que cualquier cosa.

M: ¿por qué? ¿Pues como así que descarte?

- Pues no fue como que siempre tuve la carrera esto es, y pues no es que me convenza y yo me muera por esa carrera, pero pienso que me va a dar como las herramientas para lo que quiera hacer.
- Yo la verdad no tengo una carrera definida, no me he inscrito a ninguna universidad y la principal razón es porque no la tengo definida, me voy a ir a vivir a Australia 6 meses y si puedo quedarme allá y hacer la carrera allá. Eh ¿por qué tome esta decisión? Porque lo que yo quiero estudiar o lo que más me gusta es la biología y acá en este país no nos dan, pues un biólogo no tiene casi campo de acción, es como profesor o investigador, y la verdad yo no quiero ninguna de las dos; yo quiero crear animales exóticos entonces por eso es que me quiero ir de la ciudad y del país.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

M: ¿y por qué decidiste Australia?

- Pues la verdad todo el mundo dice que Australia en este momento es como lo mejor, son más abiertos a lo que yo quiero hacer, y no sé, quiero vivir la experiencia de vivir en Australia.
- Pues bueno ya me inscribí y todo a Eafit para ingeniería mecánica, a mí siempre me ha gustado como el ¿por qué? Y el ¿cómo? de las cosas, específicamente como en automóviles, etc., bicicletas, lo que sea, y ya voy a empezar este semestre y vamos a ver cómo me va. Pues siempre he sido como medio malo para las matemáticas pero he sobrevivido en el Montessori, entonces eso quiero decir algo. Yo creo que me va a ir bien y pues busco especializarme en un futuro puede que en Nevada, pues como en carros o algo así. Lo que más me motivó fue la parte como del dibujo, de todo el día estar dibujando y la parte estética y de funcionalidad, pues a ellos no les importa y lo que yo vi y hable con gente que está estudiando es que solo le importa que sea bonito y atractivo, pues que al humano le guste. En cambio el mecánico la segunda parte es estética, la primera es que funcione bien, que sea económico, que tenga buen costo y todo eso.
- Bueno yo todavía no me he graduado pero yo si tengo como claro que es lo que quiero estudiar, quiero estudiar sociología y ciencias políticas. No quiero estudiar en Medellín, quiero estudiar en la Javeriana, y siempre, pues, desde chiquita es lo que es sociales, humanidades siempre ha sido lo que más me interesa, y en los últimos años siempre es por lo que yo siempre me he inclinado, y este año apenas como que el colegio nos empezó a decir que empezáramos a buscar una carrera y empezar a buscar que es lo que queríamos para el futuro, y lo que hemos hablado, pues lo poquito que hemos hablado siempre mi mentalidad ha sido por eso.
- Bueno yo soy Andrés Bedoya, voy a estudiar negocios internacionales, y mi idea es como más que todo evitar trabajo de oficina y viajar, eso es lo que yo digo, y antes iba a estudiar como ingeniería de sistemas y desistí como de la forma de trabajo de ellos, pues de la mayoría de los ingenieros de sistemas, y pues hice todo el trabajo de grado como concentrado en ingeniería de sistemas y por eso mismo también me di cuenta que no era para mí, entonces como hace dos meses me decidí por negocios internacionales en Eafit.
- Bueno yo también voy a estudiar negocios internacionales en Eafit. La verdad lo decidí hace como 6 meses, pero siempre, este año más que todo siempre quise como mercadeo, economía o todas esas ramas y decidí por negocios porque es como una carrera más abierta en la que después de haber estudiado me puedo centrar en economía o en mercadeo, pero negocios o bueno de lo que yo he visto es más abierta y puedo conocer más cosas. También me encanta viajar entonces también estuve mirando lo de los intercambios.

M: ¿Qué otros elementos consideraron importantes para la elección?

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

- Creo que es bueno aclarar es que esta generación ya se ve muy enfocada en la parte es que eso da plata; por ejemplo yo la plata en mi vida nunca me ha faltado porque mi papá estudio y todos han estudiado, y si algún día me falta por lo menos voy hacer lo que me guste.
- Ya una carrera no es suficiente, pues uno lo ve demasiado o todas las universidades ya tienen doble titulación, o ya todos tienen muchas especializaciones o varios idiomas.
- Yo viendo la ida a Australia me propusieron algo como una tecnología, y lo que pasa es que aquí en Colombia uno pregunta ¿vos que estudiaste? Una tecnología, y uno ve una tecnología como algo no muy bueno, algo malo la verdad. Como que los que no tiene plata entonces hacen tecnologías. Lo bueno es que son dos años, no es la cantidad de plata que es una carrera, ves si te gusta y si no te gusta no perdiste tanta plata, no perdiste tanto tiempo y sí sí pues haces la carrera, igual ya tienes la tecnología, eso te ayuda mucho. Yo creo que aquí en Colombia tenemos una idea muy equivocada, y es que uno sale del colegio y se matricula al mes. ¿Qué bases tiene uno para saber que estudiar? Pues los sueños de cuando uno era chiquito.

M: ¿Qué creen que uno podría hacer antes para poder tomar una decisión?

- Yo creo que todos deberían tomarse un año no sabático, es que acá toda la gente cree que tomarse un año sabático es irse a vagar. No, por ejemplo yo en Australia quiero hacer un voluntariado en un zoológico, voy a ir a estudiar inglés, o a trabajar. De pronto vivir la vida de ya dejar la vida de colegio que es muy diferente a la vida del profesional, y ya de pronto habiendo madurado un poquito, es que yo me gradúe muy pequeño, yo tengo 17 recién cumplidos, los cumplí hace 20 días. Entonces yo no creo que sea bueno uno apresurarse
- No, pues si eso del año sabático, por ejemplo aquí es algo que apenas está empezando, y pues es solo como para la gente que tiene más poder adquisitivo por decirlo así; pero por ejemplo en Estados Unidos, en Inglaterra, en Europa ya es algo muy común y lo llaman *The Gap Year*, entonces pues es algo que aunque, pues yo me puse a leer muchas cosas como al respecto y dice que aunque usted no tenga plata para irse a otro país, que no tenga plata para irme para otro lado, quédese descubriendo su país, pues pasee en su país, quédese en el mismo pueblo trabajando, pues dedíquese tiempo a usted que no tiene que empezar de una, pues uno no necesariamente se tiene que ir aprender otro idioma o puede ir hacer un voluntariado.
- Pues que hay muchas formas de uno darse como el tiempo que uno necesite pues porque hay mucha gente que desde que tiene 3 años ya sabe que quiere ser, pero la mayoría por lo que yo he visto en mi colegio cambian digamos mucho en once,

que uno va súper definido en lo que quiere y llega once y se voltean por algo totalmente distinto.

M: ¿por qué crees que pase eso?

- Porque uno ya lo tienen metido en que va a estudiar algo y no porque sea mal de la gente sino como tiene que estudiarlo entonces ya a uno lo tienen como ahí metido entonces uno se cree el cuento y no necesariamente. Y ya a última hora le muestran que existen más carreras y usted ya dice: ¿yo por qué había dicho que esto si esto es lo que me gusta a mí?

M: ¿Tuvieron otras opciones antes de decidirse por esa carrera?

- También tenía como ingeniería de diseño.
- Sí, pero era relaciones internacionales pero era en Bogotá, entonces la verdad la ciudad me da demasiado pereza, y estuve hablando mucho y me dijeron como que esta carrera era muy buena y se enseña de todo pero no queda especializada en nada, pues no queda como centrado en nada; en cambio con derecho uno puede hacer ya lo que quiera después, no necesariamente queda fracasado con ser abogado ni nada, sino que aprende como las leyes y cómo funciona ellas y cómo manejarlas y como puede utilizarlas para lo que usted quiera.
- Pues Eafit o la Escuela de Ingeniería, pero cuando investigue las cualidades de Eafit me di cuenta de los laboratorios, que son muchos más completos los de Eafit, y como pues a mí me interesa más la práctica que la teoría y la verdad es que eso es lo que más importa. Uno puede ser muy teso teórica en un papel pero si uno no sabe hacer algo así no sirve para nada.
- Sí, hace como dos años yo quería estudiar medicina pero después me desanime mucho, la vi muy larga y yo no quería como ya empezar eso y no sé.

M: ¿pero tenías el ejemplo de alguien?

- De mi prima que estudio medicina pero pues no sé, siempre supe que eso me iba a gustar porque a mí me gusta todo eso pues me encanta estudiar esas cosas y por eso me gustaba, pero después me di cuenta que me gusta mucho más las ciencias sociales, la economía, la política, eso me encanta entonces más bien decidí por ese lado.
- Yo toda la vida había dicho que quería estudiar mecatrónica y al final me quite, yo disfrutaba cuando desarmaba o armaba carros o destruía cualquier cosa que se me atravesaba, pero mi pasión son los animales pero yo no le cierro las puertas a ninguna carrera, porque entonces es ahí donde yo siempre me preguntado, desde que me pusieron a escoger carrera, ¿por qué tengo que estudiar solo una carrera?

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

Ósea la plata ya hoy en día no es un problema, pues uno puede hacer un leasing o un préstamo, puede estudiar hasta en el SENA. Vamos para un curso, y yo creo que uno aprende para bien y lo que a uno le gusta, no solo para ejercer, por ejemplo cuantas personas no hay que estudien algo y terminen haciendo cualquier otra cosa que lo que les gustaba.

M: ¿Cómo te has asesorado? ¿Alguien te está ayudando a tomar la decisión?

- Pues no la verdad hable con mucha gente, hable con gente que estudio derecho, gente que estudio relaciones, gente que estudio pues muchas cosas, fui a la universidad, pues fui a las universidades, hable con los profesores, y como con la gente que más confío y ya con lo de todo el mundo uno hace como su criterio. Es que nosotros la verdad sabemos cómo mucho de las carreras que queremos estudiar, porque nuestro colegio nos hicieron hacer un proyecto que se llama proyecto de grado y fue desde enero hasta el mes que salimos y nos tocó presentarlo.

M: ¿y en que consiste ese proyecto?

- Nos tocaba ir a buscar la historia de la carrera, nuestras pasiones, hablar con profesionales como de las carreras, comparar las diferentes universidades, y sacar conclusiones; entonces con eso yo creo que eso como que nos ayudó demasiado como para saber cómo que queremos ser.
- Yo por ejemplo tenía también muchas dudas sobre la carrera porque a mí también me encanta medicina, pero con eso me di cuenta, pues con ese trabajo me di cuenta que la verdad la medicina como que no es lo mío porque me toca estudiar demasiado y no es que me guste tanto, entonces por eso escogí comunicación social.
- Pues yo tengo varios amigos un ingeniero que trabaja en la fábrica de mi papá, pues ha sido muy amigo mío y siempre me ha ayudado como con las matemáticas y todo eso y he visto lo que él hace y pues me gusta. También tengo otro amigo que se llama Andrés y restaura carros viejos y toda la cosa y estudio ingeniería. Ah y mi tío también es ingeniero mecánico, él trabaja en el Eduardoño y todo el día jonjolea con esas cosas para arriba y para abajo con botes y cosas.
- Para negocios no, la decidí yo mismo.
- Sí, mis dos primos también estudiaron negocios internacionales ahí entonces desde eso pues, y me encanta el inglés, me encantan los idiomas.

M: ¿El colegio realizó algún tipo de acompañamiento?

- No, la verdad es súper poco el acompañamiento, nos llevaron a universidades para que uno conociera y a uno si le hacen pues las pruebas esas de psicología o de esas cosas. No sirven para nada. Ninguna funciona.

M: ¿por qué consideran que no sirven?

- Pues yo considero que no sirven, porque yo pensaba que era más que la gente se daba cuenta de lo que uno era diferente, pero casi que yo hacia las respuestas para hacerla al final, entonces no me emociono tanto. Y las carreras que tienen son unas pruebas súper viejas y las carreras que tienen pues no son aplicadas a la realidad. Exacto. Y pues hay unas carreras que son demasiado nuevas y no están. A mí me salieron 5 que yo creo que nunca hubiera estudiado que no.

M: ¿Cuáles?

- A mí no me salió nada. Licenciatura en educación, licenciatura en idiomas, licenciatura en español, licenciatura en ciencias humanas, pues me salió profesora cuatro veces y yo no quiero ser profesora.
- A mí me salió licenciatura en educación preescolar, pues carreras como que uno no tiene en mente y eso a veces se contradice.

M: ¿por qué?

- Pues no es coherente con lo que uno le gusta, con lo que uno piensa.

M: ¿a ninguno le salió lo que va a estudiar?

- A mí también, pues pero digamos tuve un amigo que le salió ser padre, y otro que le salió arquero o árbitro. Pues nada que ver entonces eso me desanimo mucho.
- Yo hice la pasantía, pues que en el colegio también tenemos la oportunidad de ir tres días como a una fábrica, pues a trabajar como con la gente en el campo de acción de la carrera que queremos, y pues me parece que sirve demasiado, y yo salí de allá y me encanto, la gente súper querida, me impresiono lo que hacían por la gente, pues porque le ayudaban como a los pobres a conseguir las pensiones, gente que quedaba tirada en la calle, pues súper bacano.
- En mi colegio realizan un proyecto pero yo creo que está mal enfocado. El proyecto es supuestamente para que carrera vas a estudiar y yo no creo que esa sea la pregunta. Sí, en que te quieres desempeñar o que te hace feliz haciendo. ¿Cómo te ves en cuánto tiempo? Es que yo me senté con la psicóloga y que vas a estudiar y yo piense y la pregunta nunca fue que quieres ser cuando seas grande aunque ya estemos grandes. Es que el proyecto debería de empezar desde noveno porque solo lo cogen un año y lo que no me gusto es que lo tomaron más

como para sacar notas, entonces a uno lo obligaban hacer escritos de cosas que uno no quería y uno como que no estaba preparado, y pues yo creo que es un proyecto como muy importante y muy personal para que a uno lo estén obligando y forzando como para decir cosas que uno todavía no está dispuesto a decir.

M: ¿Tuvieron en cuenta el campo de acción para elegir la carrera?

- Yo no digo que una carrera lo defina a uno en la vida, porque mucha gente dice como que no es que esta decisión va a definir el resto de mi vida. Entonces yo creo que una persona no se debe de fijar solo en un campo de acción; ósea, yo porque no podría juntar biología con derecho.
- El hecho de ser abogada no quiere decir que no puede trabajar como administradora o como gerente, pero los conocimientos de abogado me van a servir mucho, no es que uno vaya a ser eso sino que le da la forma de pensar con respecto a las cosas.

M: ¿Cómo ha sido la actitud que han tomado sus familiares o las personas que ustedes dicen que de pronto tratan de encasillarlos cuando ustedes salen con que van a estudiar una cosa diferente a la que se supone que iban a estudiar?

- Mi mamá me dice que me apoya y mi papá también, pero pues uno los ve y no es como la misma emoción que ellos sintieron cuando mi hermana les dijo que ella quería estudiar periodismo, o cuando mi hermano se fue a estudiar culinaria, pues como que conmigo no tienen esa certeza de que si me va a ir bien. A mí me parece que nosotros estamos muy pequeños para hacer como la decisión tan importante de saber que vamos hacer el resto de nuestras vidas, que vamos a estudiar, y como se va a guiar la vida de uno.
- A mí me parece que a uno le meten mucho miedo al momento de tomar la decisión. Pues hasta los profesores, los papás, la sociedad, los mismos amigos. No pues es una decisión demasiado importante, es para el resto de tu vida, estas segura, entonces a uno le meten demasiado miedo y yo me puse hablar con un profesor en Eafit y él me decía: no, venga es que usted no tiene por qué tener miedo pues es una decisión demasiado buena para este momento, pues usted en ningún momento además de su vida va a tener como la libertad que tiene en este momento que están terminando colegio de hacer lo que se le dé la gana.
- Lo primero que hay que sacarle a la gente de la cabeza es la plata, para que escojan la carrera que les guste, eso mi papá me lo saco desde el principio, mi papá me dijo vea si usted es bueno la plata la viene, si usted es bueno en lo que hace lo van a contratar y le van a pagar bien.

- Mucha gente cree y los papás sobre todo que son como de otra generación que ciertos trabajos son los que dan plata, pues y la verdad hay mucha gente que son mochileros y yo no sé qué y tiene redes sociales y trabajan desde internet y viven la vida así y esa gente también tiene plata y esa gente también vive bien y hacen las cosas que les gusta, entonces yo no tengo porque estar sentada como en una oficina haciendo un trabajo de toda la vida que han hecho mis abuelos para poder tener plata o para crear un negocio no necesito plata, y es como esas herramientas que ellos todavía no conocen entonces ellos no piensan que den. Yo soy de esas personas que prefiere hacer y arrepentirse que no hacer y hay si hubiera hecho.

M: ¿Por qué decidieron esa universidad?

- Yo decidí estudiar en Australia porque en Colombia sólo hay biología en la de Antioquia, sino que a mí me da miedo estudiar en una universidad pública, pues el ambiente la verdad no es el mejor y además cuando entran en paro biología se afecta mucho.
- Porque mi prima estudio ciencias políticas en la Javeriana y me dice que ese siempre ha sido como el mejor programa, y tiene los mejores profesores; y yo nunca he sido como muy apasionada de vivir en Medellín, nunca me ha gustado mucho esta ciudad, en cambio yo me siento mucho más cómoda en Bogotá, pues yo tengo familia en Bogotá, yo voy a Bogotá 4 veces al año o 5, yo tengo amigos allá, y yo me siento que el ambiente es mucho mejor.
- Porque me di cuenta que es la mejor, pues la universidad con más puertas abiertas a los intercambios, que eso es como lo que más quiero hacer intercambios y aprender idiomas y me di cuenta que es muy buena para eso.
- Eafit es la universidad de moda, es la universidad en la que nuestro estrato y nuestro círculo social se siente más cómodo, esa, el CES y la escuela. Porque cuando una vaya a Eafit uno se va a ver las caras con la misma gente que se la vio toda la vida, de otro colegio pero te vas a ver la cara, eso es como el colegio. Hay papás a los que ni por el diablo dejan ir a los hijos a estudiar a la de Antioquia.

M: ¿entonces es una decisión más social?

- No es de las clases ni del pensum, uno la ve es por el ambiente porque es que si uno se va a meter a la de Antioquia a uno lo empiezan a mirar raro, pues hay entonces vienes de colegio privado, estudias en el poblado, y a uno lo empiezan a mirar raro, en cambio en Eafit el ambiente es bueno, la universidad es muy linda, los salones son ricos, queda muy cerquita de la casa, va y almuerza en la casa, entonces la verdad es facilidad.

- Pues yo digo que en lo que acabaste de decir están completamente mal, mi hermano estudio en la de Antioquia periodismo, porque pues es el mejor programa de periodismo que hay y de la generación de él, cinco se fueron para allá, y dicen que fue la mejor decisión que pudieron haber tomado. Él dice que eso fue lo que lo hizo caer en cuenta como en la realidad en la que vivimos, por eso que nosotros, y nosotras y mis amigas, y mi hermano siempre me ha dicho, nosotros vivimos como en una burbuja, el Poblado, nosotros no vemos como lo que es Medellín, de verdad nosotros vivimos en una burbuja y siempre vemos a la misma gente.

M: ¿ustedes que decisión tomaron primero: la de la universidad o la carrera?

- La universidad.

M: ¿por qué primero la universidad?

- No sé, pues como yo ya sabía cómo el tema entero, pues negocios, mercadeo, uno dice eso y la mejor en esa especialización Eafit; entonces antes de escoger la carrera en sí, sí yo ya había escogido la universidad.
- La verdad la universidad, pues yo tenía en mente el Rosario y Eafit, y yo en el Rosario iba a estudiar relaciones y en Eafit iba a estudiar derecho, entonces pues yo escogí mi carrera dependiendo de la universidad, entonces sí, escogí Eafit entonces me voy por derecho.

- La carrera.

M: ¿por qué primero la carrera?

- Yo primero escogí comunicación social y me puse a ver las diferencias entre UPB y Eafit, y la verdad la UPB ofrece la mejor comunicación en la ciudad, pero fuimos a visitar esa universidad y no me gusto para nada, pues el ambiente no sé, no es cómo lo mismo, uno entra a Eafit y se siente como tranquilo, la infraestructura es súper linda; y uno va a la UPB y la gente es como tan diferente a uno, entonces uno como que no se siente cómoda, además como todos los edificios son súper viejos. Primero comunicación y ya después escogí Eafit.
- Yo igual, primero escogí la carrera y ya después vamos a ver dónde estudio y empecé a ver cómo era, donde era mejor, donde era más viable y todo eso. Pense que Eafit era como más fácil, pero yo antes de decir eso dije como vamos a investigar, fui a Eafit me metí al laboratorio, fui a la UPB me metí al laboratorio y como pues me gusto más el ambiente de Eafit, y dije acá hay de todo, muy buenas máquinas y toda la cosa, entonces dije metámonos a ver cómo nos va.

M: ¿cómo ha sido el acompañamiento por parte de la universidad?

- De la universidad no, yo solo me he inscrito y ya.
- Sí. Pues hay unas universidades que son distinto, pero por ejemplo yo sé que la Colegiatura y hay demasiado acompañamiento, hay semilleros, hay cursos, hay días que puedes ir allá a ver como es, y pues eso fue una universidad que yo la verdad nunca tuve en mente, pero me impresiono como todo el acercamiento que tienen con los colegios, pero por ejemplo Eafit fue al colegio un día, mostró la universidad y bueno, y ya, no muestra ni los programas. Fuimos a una feria.
- A mí cuando me mostraron la universidad en el colegio no me atrajo para nada, pues sí es muy bonita pero no sé, lo que no me gusto fue como manejaron esa parte publicitaria, esa publicidad de Eafit, porque a mí Eafit desde chiquita me ha parecido una universidad muy buena, porque yo estudie ingles allá, las vacaciones recreativas, yo no sé todas esas cosas las hice chiquitas, natación y todo eso.
- La verdad una cosa horrible fue que cuando fueron a mostrar la universidad al colegio solo hablaron como de las carreras como las más principales de Eafit, no hablaron para nada de comunicación, pues solo como que vendieron las comunes. Si las que atraen más gente, si las que saben que les va a dar más plata. Uno se da cuenta, ósea uno dice de pronto no se dan cuenta porque son niños, no conocen pero uno se da cuenta, uno sabe cuándo le están vendiendo algo y eso es maluco porque uno quiere conocer la carrera. Si va Eafit uno quiere saber que son negocios internacionales, como se estudia, que se estudia.
- En Eafit hacen como una cosa de carreras. Pues si es como un día donde van los colegios, una feria, entonces uno iba y hay un montón de estantes y uno se acercaba pues eran como profesores me imagino, gente que no estudia, bases de datos, y uno les podía hablar, lo peor es que eso era bueno porque uno puede hablar con la persona, ¿y esta carrera qué?, pues como me puedes convencer de estudiar esto, y así como que le hablaban más, pero la verdad habían unos que uno se acercaba y eran como mamados, entonces uno como que sentía que lo querían despachar rápido, pues como que no se siente el acercamiento hacia la universidad.

M: ¿pero eso no afecto la toma de decisión?

- No, ni cinco, pues la verdad yo fui allá, aunque queremos que nos hagan un acompañamiento pero no de la forma en que la están dando.
- Si influye, porque por ejemplo yo fui a la Colegiatura y una amiga llevo y nos dijo, están dando unos cursos gratis en la Colegiatura y yo no sé qué de reacción creativa y a mí me parece muy bacano escribir, y yo hay metámonos, apenas me metí era todo un semestre dos horas, y yo, ¿cómo

así? Es que al final esto te vale para cuando empieces la carrera, pues estaba haciendo una materia de la universidad y yo a bueno y yo me metí. La empecé hacer y me encantó, yo me enamoré de la carrera, de la universidad, de la profesora, de todos los trabajos que tenía que hacer, y básicamente publicidad, pues publicidad nunca me había pasado por la mente, y como será que cuando lo termine dude de si estudiar publicidad, Pero si esto es un acompañamiento que dieran todas las universidades, entonces de verdad a uno si lo hicieran tomar una decisión. Pues si es algo que ni siquiera me había pasado por la mente y dude entonces es algo que puede pasar.

- También unas amigas que hicieron un curso en la Colegiatura y era como un profesor horrible, de una materia horrible. Entonces ellas quedaron súper aburridas y antes descartaron la universidad, entonces es algo que lo deberían de hacer las universidades como hacer clases gratis a los estudiantes pero con buenos profesores, buenas materias.
- Si algo más real, como lo que hace es CES, el semillero del CES me parece una buena idea, o el de la de Antioquia. ¿Por qué no van a un semillero de negocios? Ven una materia, dos materias, tres materias, a que eso vale, si pero el del CES también vale. Yo por ejemplo fui y me metí a un semillero en el CES de derecho, no porque quisiera estudiar derecho en el CES, pero para ver las materias.

M: ¿y por qué derecho en el CES no?

- Porque uno piensa en el CES y la verdad es medicina, y no es una carrera que este demasiado fundamentada, y no conozco a nadie que se haya graduado de allá, no es como la gente famosa de los abogados del CES, pero no la verdad no.
- Con el semillero me di cuenta que no me gustó fue la universidad, pero no descarté la carrera por eso.
- En la Colegiatura uno podía como escoger más o menos que le interesaba como organización de eventos, comunicación, moda, diseño de espacios y diseño gráfico. Nos dieron como un cuestionario y lo llenamos y dependiendo de las respuestas nos clasificaban tipo un estilo, como un tipo de moda de cierta época, entonces el ejercicio que hicimos era que nos daban telas y teníamos que hacer como un concurso como vistiendo un maniquí, entonces una forma, algo más interactivo como para ver si a uno como que si le gusta, pues fue apenas una actividad de un día y no es el curso que nos muestra todo de la carrera pero más o menos ver uno que puede hacer si estudia diseño de modas.

M: ¿Cómo fue de pronto ese proceso para obtener información de la carrera, de la universidad? ¿Dónde buscaron? ¿Cómo se enteraron?

- En Eafit pues uno la verdad se entera por la gente, y porque es la de moda y uno conoce mucha gente que ha estudiado allá, pero yo por ejemplo también fui y hable con un profesor de allá, pues hable con un estudiante y me dijo que hablara con un profesor que era súper querido, entonces fui, pedí la cita, pues él me recibió súper querido. Pero es como una universidad que a uno le toca ir a buscar información.
- Pues está la feria pero uno ahí como que no aprende mucho, pero de verdad le toca ir a buscar. Por ejemplo de la UPB sé que hubo una feria, yo no pude ir, nunca volví, entonces nunca mire la universidad, no me intereso, nunca nada.
- Esa vez de la UPB yo fui, fue horrible, por eso. Entonces yo descarte la universidad sin conocerla.

M: ¿Por qué horrible?

- Porque era demasiada gente, y esa universidad es como demasiado grande y tienen salones específicos para las carreras, entonces era con cierto horario, entonces uno llegaba tarde, entonces uno era corriendo para llegar al salón a ver si le gustaba la charla que iban a dar, y la verdad yo fui a la de comunicación social y fue horrible, pues no me gusto para nada. Esa fue una de las razones por la cual descarte esa universidad. Porque era un estudiante hablando de su experiencia personal, pero habló horrible, ni siquiera mostraron el pensum, pues no dijeron como nada de la carrera. Era el man hablando de todo pero no daba como información de verdad útil para los que vamos a estudiar allá.
- Esas charlas me parecieron súper bacanas porque yo vi el pensum de derecho y yo cuando eso tenía súper descartado derecho, yo decía que horrible, gas, ¿qué es esto?, yo no quiero, y me senté con una niña que está estudiando derecho y nos sentamos con el pensum en la mano y ella me empezó a explicar cada materia en que consiste, ella se sentaba conmigo y me hablaba, y me decía lo que veríamos, como hacerlo, y ya hablando con ella me di cuenta que si eran cosas que me podían gustar. Entonces también que a uno le expliquen en qué consisten las materias.
- Me parecen súper importantes los profesores, uno no tiene ni idea de enterarse de quienes son los profesores, de que estudian y es algo que verdaderamente influye en la educación de uno, un profesor bueno hace que uno aprenda mucho y un profesor malo pues le daña todo.

Estudiantes de primero y segundo nivel de educación superior

Tercera sesión de grupo

M: monitor

Mujer de 19 años, estudiante de Medicina en el CES

Mujer de 19 años, estudiante de Medicina en el CES

Mujer de 17 años, estudiante de Comunicación Social en EAFIT

Mujer de 16 años, estudiante de Administración en EAFIT

Mujer de 18 años, estudiante de Ciencias Políticas de EAFIT

Hombre de 19 años, estudiante de Ciencias Políticas de EAFIT

M: ¿Por qué eligieron la carrera que están estudiando?

- Desde chiquita siempre quise estudiar medicina, pues es como una vocación, uno nace con eso, es algo que le atrae a uno, como de siempre ayudar a las personas, pues el interés de cómo saber cómo funciona el cuerpo.
- Yo escogí comunicación porque me gusta estar informada y me gusta informar a las demás personas, me gusta también como todo lo que tiene que ver con relaciones y todo eso, y escogí comunicación y no otra carrera porque tiene un campo de acción muy amplio y puedo desempeñarme en muchas cosas.
- Bueno yo escogí ciencias políticas porque aunque no toda mi vida estuve segura siempre me fue bien en ciencias sociales, en los idiomas y la verdad siempre me llamo la atención las relaciones internacionales y es la carrera que más se parece en Medellín a relaciones, entonces si escogí esa.
- Yo fui algo parecido, a mí también me llamaba la atención las relaciones internacionales y por ejemplo las organizaciones como la ONU y Unicef y todos esos temas me parecen muy buenos.
- Yo escogí administración porque me llama la atención poder entrar a una empresa y mejorarla, poder tener la capacidad de crear una empresa, y todas esas cosas.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

- Bueno yo escogí medicina porque fue como el enfoque social que yo le quería dar a mi vida, yo salí de un colegio que es muy de valores, entonces siempre fui así y como ayudar a los otros es como lo que me gusta y medicina es una carrera que lo permite.

M: ¿Alguien los apoyo a ustedes para escoger la carrera que escogieron? O ¿quién los influenció?

- Desde chiquito mi papá, mi papá siempre me ha inclinado por ese lado y el también hacia política, entonces por eso me incliné, pero no es que me hayan obligado ni nada, al final fue lo que más me gusto y vi el pensum y sí.
- Pues a mí nadie me influenció porque nadie es médico de mi familia, entonces absolutamente nadie, pero todo el mundo me apoyó, pues si era lo que yo quería que lo hiciera y ya y ahí estoy. En mi familia por parte de mi mamá hay una médica pero ya es tía abuela y por parte de mi papá soy la primera y todos me apoyaron, siempre desde chiquita todo el mundo sabía que yo iba a estudiar medicina.
- En mi familia nadie es comunicadora, nada por eso, pero mi mamá siempre me decía que me veía en eso y no es que ella me obligó pero ella me decía que lo que yo quisiera y es lo que siempre me ha gustado y todos me apoyaron.
- Pues en mi familia mi papá estudió administración pero no la estudie por él, sino que era lo que más me gustaba.
- En mi casa todos son administradores, o estudiaron negocios, o alguna ingeniería, entonces yo fui como la primera que me salí de ese ámbito y la verdad sí creo un poco de controversia en mi casa y como fue difícil para mis papas y mi familia de que entendieran que yo quería estudiar eso.

M: ¿y que te decían?

- Que porque no mejor derecho que es más tradicional, porque es que la verdad una persona que no conoce de estas dos carreras dirán que son prácticamente lo mismo o que derecho es más completa que ciencias políticas, eso por ejemplo pensaban mis papas y bueno y toda mi familia; entonces fue difícil de que ellos aceptaran de que yo quería estudiar esto pero al final no me iban a obligar a estudiar una cosa que yo no quería, pues fue difícil pero al final lo aceptaron, entonces no es que alguien me haya influenciado de mi familia sino que yo solita fui encontrando que ese era el lado que a mí me gustaba más.

M: ¿y tú como reaccionabas cuando ellos te decían que mejor buscaras por derecho?

- La verdad era muy frustrante, porque el hecho de escoger una carrera es algo que ya hace que uno sienta mucha presión, entonces tratar de escoger una carrera más tener encima a personas que te estén diciendo “no esa no, porque no mejor esta” pues la verdad era muy frustrante pero bueno.
- Por mi lado mi papá fue el que me ayudo, pues me dijo que si no había mirado el pensum de esa carrera para ver si me llamaba la atención, y yo lo mire y siempre lo había tenido en mente pero nunca me había como llamado así del todo la atención, pero al final me dijo que mirara y si me gustaba pues que me quedara y si no pues que podía cambiar; igual mi mamá y él siempre me apoyan en lo que decida.

M: ¿Hasta el momento lo que llevan de la carrera están satisfechos con su elección? ¿Sienten que si fue acertada la decisión que tomaron?

- Yo sí, a mí si me gusta mucho mi carrera.
- A mí también me ha gustado hasta ahora todo.
- Hay no sé, mentiras, yo amo mi medicina pero es difícil, pues cansada pero me encanta.

M: pero si tuvieras que volver a elegir, ¿elegirías medicina?

- Sí. Bueno yo soy muy feliz en medicina, pues a mí me gusta mucho, es muy difícil, de mucha dedicación, de mucho tiempo, y eso indica que uno tiene que dejar de hacer muchas cosas pero al fin es por hacer lo que uno quiere, pero si yo estoy feliz.
- Yo estoy muy feliz en la carrera también, pero así como que yo diga que estoy 100% segura de que la elección que hice fue la que debí a ver escogido, no; pues yo digo que a los 17 o 18 años uno no tiene la madurez para escoger algo que le va a durar para toda la vida, uno puede que lo haga y acierte, pero también me parece que es probable que uno se haya equivocado, pero uno se equivoca, sale y entra a otra, pero por ahora voy feliz pero que yo diga 100% segura de que esta carrera es lo mío, no.

M: ¿y qué es lo que no te deja estar tan segura? ¿Los contenidos, o esperabas encontrar cosas que aún no te has encontrado pero de pronto más adelante?

- No, es porque también tengo otros intereses, me gusta mucho el medio ambiente, totalmente puede estar en ese lado desde mi carrera, pero también me gusta la ingeniería ambiental, pero no sé mucho, las

matemáticas, entonces siempre estoy como en ese dilema pero es básicamente por eso.

- Yo tampoco nunca he estado seguro, pues si me llamo la atención, pero no estoy seguro, pero hasta ahora si estoy contento, vamos a ver qué pasa. Es que también uno en segundo semestre, pues apenas uno está empezando, no es tan profundo entonces no.
- Pues a mí, cuando yo iba a escoger comunicación, yo no sabía si escogerla o no, pero igual a mí siempre me ha gustado y hasta ahora lo que he visto de las clases pues no llevo nada pero me gusta mucho, pues ya tengo que esperar a ver cómo sigue, pero hasta ahora si me gusta y siento que sí. Es que apenas llevamos 3 semanas de clase, ósea, tenemos que esperar para saber si sí es la que nos va a terminar gustando, pero hasta ahora sí.

M: antes de ustedes decidir la carrera que seleccionaron, ¿tenían otras opciones?

- Yo sí, pues mis opciones eran medicina y música; música porque soy violinista desde los 5 años y yo nunca la tuve como carrera sino como hobby, sino que cuando empecé once entre en crisis y yo dije eso es una carrera voy a estudiar eso y mi mamá casi se infarta, mi papá casi se infarta, todo el mundo casi se infarta, en mi casa me decían ¿usted quiere tocar en bares por la noche? Y yo sí es lo que me gusta, pero también me puse a ver el pensum de medicina y me pareció mejor y ahí sigo tocando violín pero no como carrera.

M: ¿pero sientes que la decisión que tomaste para medicina fue bajo presión?

- No, pues yo sigo estudiando música, voy los sábados y en semana toco, pues todavía sigue en mí, pero la medicina es mi carrera y en el futuro espero especializarme como en algo que me guste.
- Yo como a finales de décimo no tenía ni idea, yo buscaba en internet carreras, y tenía como una lista de todas las carreras e iba como descartando para ver cuales me gustaban y cuáles no, y no tenía nada no tenía nada y no sabía, y ya después pensé en comunicación y me gusto y también estaba pensando en negocios internacionales y publicidad, pero pues no me termino gustando más comunicación.

M: ¿Cuál fue la razón como más importante?

- Pues negocios internacionales no me gustan casi los negocios, entonces pues no. Publicidad me gusta mucho pero pues quería como algo más que me dejara desempeñarme, tener más opciones, y por eso escogí comunicación.

- Pues cuando yo era chiquita siempre dije que quería estudiar administración o negocios, y era más por mi familia porque cuando uno está chiquito, a sí eso se ve que da plata, pero ya como en décimo me di cuenta que no tenía ni idea de que quería estudiar y ya la otra opción que tenía aparte de derecho era ciencias políticas.
- Yo decía que yo quería ser como ingeniero mecánico o de producción, me gustan los carros pero al final yo sabía que los números no son lo mío, es verdad, entonces no lo medite mucho, yo sabía que no servía para eso
- No, yo no tenía ninguna otra opción, pero por si acaso para estar como segura hice una cosa con un psicólogo de orientación profesional y me salió medicina de 89.88, entonces nunca consulté otra cosa.

M: ¿Alguien más utilizó este tipo de herramienta?, ¿Por qué?

- Porque todo el mundo sabe que medicina es una carrera muy difícil, entonces yo estaba pensando como que yo tengo que estar demasiado segura para meterme a medicina y no empezar algo que no voy a terminar, nunca que han gustado las cosas así, entonces por sí las moscas buscar algo que sea más afine con mi personalidad, pero salí con eso.
- Pues lo que hacen en el colegio, con la psicóloga nos ponían hacer como unos ejercicios en el computador y también escritos como para dar con nuestra personalidad y eso. A mí me salió comunicación y derecho.
- En mi colegio pero no me acuerdo si es en décimo o en once que a uno lo ponen hacer eso. A mí me salido derecho y luego ciencias políticas, después psicología, pero pues asociado.
- Esos exámenes dan como tranquilidad, es como un apoyo, entonces el examen dice que yo soy bueno para esto entonces yo no soy de esto.
- Si es como una confirmación, es una confirmación que le da como tranquilidad, no es como que diga este va a definir mi vida, no, pero es como un apoyo que diga pues bueno si el examen lo dice y yo lo pienso también, es como una ayuda.
- A mí sí me salió medicina, pero eso sí no es lo mío. Pues no sé, a mí no me sirvió de nada porque me salió todo lo contrario de lo que yo quería estudiar.

M: ¿por qué eligieron la universidad en la que están en este momento?

- Yo en comunicación estaba entre la UPB y Eafit, y la UPB es como más teórica y la verdad eso me aburre mucho. A mí me gusta mucho Eafit porque es muy práctico, pues obviamente hay teoría, pues eso es obvio pero no es tanto, yo

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

tengo un amigo que estudia comunicación en la UPB y el solamente ve como historia y todo eso y pues no me gusta, pues por eso mire los pensum.

- A mí me gustó Eafit porque comenzó siendo solo de administración, entonces tienen muy buenas bases y la gente sale muy informada para la carrera entonces me gustó.
- Medicina solo me gustaba acá, en el CES, en la UPB o la de Antioquia, la de Antioquia no me presente porque no tenía los ICFES todavía, me pareció muy difícil pasar, en la UPB nunca me presente y no la considere porque me parece que es horrible, pues la estructura es asquerosa, es horrible la de medicina, la estructura del lugar, el pensum tampoco me gusta porque son como un año de anatomía, un año de fisiología entonces me parece muy pesado y no me parece que es integral; en cambio el CES tiene un pensum que se llama horizontal, donde estudiamos por sistemas y es más fácil aprender y es integral y combinamos todo.
- Bueno, pasar a alguna universidad en medicina es muy difícil, porque es un proceso muy largo, porque se presentan miles de personas, entonces a la de Antioquia no me presenté porque ya había pasado al CES y yo quería el CES, y a Bolivariana me presente por si no pasaba al CES, pues de verdad no me gustaba porque la facultad es horrible, me queda muy lejos, eso ir hasta Robledo todos los días, me demoro una hora de ir a mi casa a Robledo, hora y media, dos horas y no le queda tiempo para estudiar y aparte yo me enamoré del CES cuando lo vi.

M: ¿qué te enamoro?

- No sé, de mi colegio la mayoría de la gente estudia allá, entonces ese ambiente se siente como medio familiar, pues yo veo muchas caras conocidas, entonces no le da tanto miedo pasar a la universidad porque sabe que conoce gente de allá, que le ha ido bien y eso, entonces ahí estoy.
- Yo me iba a presentar a una beca en el Rosario en Bogotá, pero esa universidad no tiene ciencias políticas sino relaciones entonces por eso iba a ir para allá, entonces también estaba dentro de mis opciones, pero al final resultó que era más fácil que me quedara en Medellín, entonces estuve mirando la UPB y Eafit, y la UPB pues yo me base como en los pensum la verdad y el pensum de la UPB me gustaba mucho, pero a mí me parece que es importante si uno se siente bien en la universidad y como que no encajaba en esa universidad, en cambio en Eafit yo he ido toda la vida, lo conozco más aunque me gustaba más el pensum de la UPB, todavía me gusta más que el de Eafit.

M: ¿y por qué sientes que no encajabas?

- Porque la diferencia es que en Eafit yo he ido toda mi vida, desde que yo era chiquita iba a clase de inglés, tenía primas que estudiaban allá, entonces como que siempre crecí y ya me parecía un ambiente familiar, en

cambio la otra la primera vez en mi vida fue en once cuando me llevaron con el colegio, no se me sentía desubicada todas las carreras eran súper desconocidas y a mí me parece importante si uno se siente bien en el lugar o no, entonces al final aunque me gustaba más el otro pensum elegí Eafit de todas maneras.

- Y yo lo escogí por calidad de vida, me queda más cerquita a la casa y la verdad es que la UPB no me llama la atención, entonces ni siquiera la considere.

M: ¿por qué no te llama la atención?

- Yo siempre pasaba por el campus como mirando por el lado y como que nunca me atraía y aparte uno pasa por Eafit y uno ve toda la gente, arbolitos, todo bonito.

M: Teniendo en cuenta lo que han mencionado, entonces ¿La infraestructura es muy importante para ustedes?

- Sí, mucho y el sector donde esté, porque pues yo vivo aquí en la Abadía y para ir a la UPB siempre es un poquito lejos y si tengo clase de seis me toca salir como a las cinco, mentiras no tanto pero algo así, y aparte a mí la verdad el pensum no me gustaba, el de la UPB, entonces como que no.
- En mi caso no es sólo la estructura en sí, sino que también es la posición que tiene la universidad con respecto a Eafit, pues a mí me parece que Eafit es un poquito más reconocida que la UPB, por ejemplo en humanidades, pues como en ese ranking Eafit está más alta que la UPB y pues a mí eso la verdad me parece muy importante, entonces eso influenció mucho.

M: ¿Cómo se informaron?, ¿Cómo obtuvieron información?

- Pues a nuestro colegio fueron varias universidades, pues de todas partes de Colombia, y pues ya ahí nos hablaban de todas las universidades, y yo siempre había conocido a Eafit. Visitamos la universidad en septiembre e hicieron como unas conferencias de cada carrera, entonces eso nos reconfirmó que si nos gustaba todo.
- En el colegio con orientación vocacional, nos daban como unas revísticas súper raras que tenían como universidades y carreras y uno ahí buscaba como su carrera y luego miraba como que universidades habían.
- Pues acá medicina es muy limitada escoger una universidad, pues son tres, pasar a la Antioquia es muy difícil y las otras dos bien pues, y fuimos a las universidades,

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

las conocimos, nos hicieron visitas menos en la de Antioquia, por ser universidades públicas no hacen visitas; me gusto más el CES y mis amigas estudiaban allá, pues así ya se hayan graduado allá y les gustaba mucho y todo el mundo habla muy bien del CES, pues como médicos que salen siempre es como el CES y la de Antioquia son muy buenas, entonces yo decía bueno esas dos son como las que más me suenan, y ya por eso me quede.

- Yo sé que siempre quise estudiar en Medellín, y cuando decía medicina mi mamá me decía que estudiara en el CES, y ya vine, hice el semillero en el CES, no me quise presentar a la de Antioquia, la UPB nunca me llamo la atención, jamás, nunca la considere, es más yo me presente a la UPB porque estaba con una amiga en Medellín y le dije que me iba a presentar al CES y me metió un montón de miedo, entonces yo me inscribí en la UPB por si acaso por si no pasaba al CES pero nunca la considere y luego pase al CES entonces lo escogí.
- Algo que yo le reconozco mucho a mi colegio es que en esa parte si ayudan muchísimo, pues todo lo que uno necesite, todo el año están, pues llaman a gente a conferencias tanto de Medellín, como de toda Colombia como de cualquier parte del mundo vienen universidades a promocionarse y a decir que carreras eran en la mejor universidad y todo eso, entonces eso me ayudo, por ejemplo la psicóloga del colegio siempre estaba ahí pues ayudando con ese tema, dando revistas, pues hay un stand gigante de todo, entonces como que uno tuviera la duda por estar desinformado no. Entonces mi colegio fue el que ayudó muchísimo también. Eafit tiene un programa que se llama escuela de verano de cualquier carrera, entonces yo la verdad decidí ir a la escuela de verano de ciencias políticas, no tanto por informarle, sino también para demostrarle a mis papas que quería, entonces también fue por eso; ahí también me informe mucho, pues mi objetivo no era informarme del todo sino demostrarles eso a mis papas, pero al final termine informándome muchísimo.

M: ¿y cómo fue ese programa que hiciste en Eafit?

- Es como unas vacaciones académicas, y son las vacaciones de junio y van normalmente niños de décimo y once, y ahí se nos informan de las carreras y nos dan un momentico clase, pero en verdad no son clases sino como los profesores, pues es como una semana creo o dos, no sé, no me acuerdo, y durante esas semanas te dan como unas clases pero más que todo informativas y sobre temas actuales pues dependiendo de la carrera obviamente, y ya, es chévere.
- Yo conocía ya a Eafit entonces yo no sé, mi primo siempre estudiaba allá y me dijo sí nea es muy bacano y el ambiente y todo entonces no lo dude mucho, yo igual sabia.

M: por lo que he escuchado, ustedes consideran que el apoyo de los colegios es importante para tomar esa decisión, ¿qué consideran que de pronto podrían mejorar? O que otra cosa se les ocurre, ¿Cómo los podrían apoyar?

- Mi colegio es súper diferente, porque mi colegio es súper enfocado a mandar los estudiantes al exterior, las universidades de las que nosotros sabíamos o habíamos escuchado que nos iban hablar de ellas eran todas universidades de Estados Unidos, entonces para mí no tuvo ninguna influencia porque todos mis amigos estudian o en Estados Unidos o Inglaterra o en Europa, Alemania, entonces mi colegio como que no tuvo ninguna influencia, pero sí es importante que el colegio muestre opciones pero también es como de cada uno.
- A mí me parece súper importante, mi colegio empezó desde noveno con el cuento de las universidades y más que con la ayuda de la carrera mi colegio tiene una cosa que se llama inmersión laboral, es que nos mandan una semana a una empresa o a una clínica, pues medicina, una semana a ver como es, pues literal era vivir como médico, ese día yo me di cuenta que estudiar medicina me iba a cambiar mucho, pero igual no me importó porque yo llegaba tan feliz a mi casa, entonces esa semana viví como lo que yo me veo haciendo en el futuro, eso ayuda, y lo de las carreras llevaban de la universidad las revistas esas y ya.
- Pues a mí me parece que es muy importante porque si en el colegio no te dan como la información o te muestran varias opciones, no vas a saber que hacer; pues nosotros que hubiéramos hecho donde no hubieran ido todas las universidades, como buscar cada uno en internet, me parece muy importante y pues me parece que las universidades deberían de ir como a los colegios como lo que hicieron con nosotros. En mi colegio también hacemos la inmersión en el primer semestre del último año, también todas las de once tienen que escoger pues algún lugar donde quisieran pasar una semana y como ayudar a trabajar y ver cómo es la actividad, y todo eso; y eso a mí como que me parece que ayudó muchísimo también, pues puede ayudar a confundir, pues más de una dice no esto no es lo mío, entonces uno entra en crisis.

M: ¿y tú la hiciste también en algo relacionado con tu carrera?

- Sí, yo la hice en la gobernación de Antioquia, y sí la verdad la disfrute mucho me gustó mucho, entonces yo digo que todo tiene su lado malo también, porque eso puede llevar a que uno se desespera también y que uno diga no es lo mío, pero también puede ser que ahí te ayude demasiado.

M: ¿Están satisfechos con la elección de la universidad?

- Sí.

- Sí.
- Sí mucho.
- Sí.
- Total.

M: Cuando ustedes decidieron ya la universidad, ¿recibieron algún acompañamiento por parte de ésta?

- Pues te mandan todo lo que tienes que llevar, antes de entrar no son mil correos, pero sí te mandan recordándole varias veces que correos te faltan, que los envíes.
- Sí, en la inducción nos dijeron que iba a ver como un tour por todo Medellín y que fuéramos si queríamos ir un día pero pues no fuimos.
- A mi acompañamiento antes de pasar a la universidad no, nada, en lo que yo me acuerdo, pues ellas preguntaron antes en el proceso de inducción. Una reunión con los papas, uno decide el CES y se quiere suicidar, porque primero lo ponen a leer un documento como de treinta hojas.
- Pues mi universidad, el CES, es súper intenso con todo, mega intenso con todo, tenemos una encargada del grupo muy literal, pero para antes de entrar a la universidad sí, pues a mí al menos me pareció súper asustador presentarse al CES, pero es porque es difícil.

M: ¿pero fue más por lo que la gente te decía? ¿Fue más el miedo que te metieron de afuera?

- El examen es un examen normal como de cualquier universidad, sólo que a uno si le dicen como no es que a medicina solo pasan cien y se presentan ochocientos, y pues es verdad, pero sí uno va asustado es peor.
- Yo estuve en el semillero de la universidad, pero a mí me pareció una estupidez, la verdad yo sentía que eran literal mis clases del colegio y aparte comparando con medicina en este momento después de haber entrado y venir a ese semillero no se parecen a la realidad.

Cuarta sesión de grupo

M: monitor

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

Hombre de 18 años, estudiante de Ingeniería Mecatrónica de la EIA

Hombre de 18 años, estudiante de Ingeniería Mecatrónica de la EIA

Mujer de 17 años, estudiante de Ingeniería Financiera de la EIA

Hombre de 16 años, estudiante de Ingeniería Mecatrónica de la EIA

Hombre de 20 años, estudiante de Gastronomía en UADE (Argentina)

Hombre de 19 años, estudiante de Administración de Empresas de EAFIT

M: ¿Por qué eligieron la carrera que están cursando?

- Desde muy temprana edad, más o menos desde los 10 años pues me he interesado mucho con todo lo relacionado a la materia, con el hecho de relacionarme con la electrónica, con la mecánica, y desde ese entonces vengo con la idea de estudiar ingeniería mecatrónica.
- Desde muy pequeña mi meta clara ha sido tener una vida estable, económica y emocional, pero tener una vida estable y no estar preocupada por el día a día, entonces yo pienso que aprender a manejar mis finanzas y mi estado económico y el de las otras personas es algo importante, y desde pequeña me interesó.
- Yo escogí mecatrónica porque desde muy pequeño era como metiéndole los dedos a todo lo que veía así como eléctrico, pero no me guiaba hacia la eléctrica o hacia la electrónica sino hacia la mecatrónica que tiene un campo de acción más grande por eso me guie más hacia ese lado.
- Yo principalmente quería estudiar robótica pero decidí que la mecatrónica tenía mucho más campo de acción.
- A mi desde pequeño me gustaba cocinar, cocinaba con mi mamá, con mi papá, pues con mi familia y me gusta mucho probar cosas nuevas, investigar sobre la comida y todo eso.
- Bueno a mí siempre me ha gustado el área de la administración, tiene varios campos de acción, pues a medida que yo he estado estudiando me he dado cuenta que la parte de mercadeo me ha ido gustando bastante y ese es uno de los campos de acción de la administración, entonces siempre me he sentido como a fin con esta carrera y por eso decidí estudiarla.

M: ¿Tenían otras opciones de carrera antes de elegir esa?

- Yo personalmente sí, porque pues a mí me gusta mucho el tema de la aviación, pero literalmente mis papas me dijeron que no, que primero tenía que escoger una carrera base, que la aviación era muy corta y que Dios no lo quiera que se caía el avión literalmente y quedaba discapacitado o algo así y que me ponía hacer, entonces que primero una carrera base.

M: ¿entonces esa fue la decisión por la que escogiste esta?

- Si esa fue, de todo me gusta pero si me hubieran puesto a escoger entre las dos pues hubiera escogido aviación obviamente, pero me dijeron eso entonces pues.

M: ¿y piensas estudiar después de terminar mecatrónica eso?

- Sí, lo planeado sí. Lo pensado es terminar mecatrónica e irme de una por el lado de la aviación y si puedo ejercer de una vez la aviación pues mucho mejor.
- Yo cuando empecé a tener como esa preocupación de que era lo que quería estudiar, que era lo que quería hacer en el futuro, pues tuve muy en cuenta la ingeniería electrónica, pero no sé tenía también muchas dudas porque no quería enfocarme solo como en esa parte y en ese campo y años después empecé a conocer un poco la mecatrónica y fue lo que me llamo la atención.
- Yo igual quería estudiar aviación, pero no, porque primero era una carrera muy cara y no querían que yo estudiara eso que porque no les parecía muy buena, pero pues yo pienso que después de estudiar mecatrónica puedo especializarme en un área como la aeronáutica.
- Yo siempre estuve más por el lado de la gastronomía, me gustaba también el tema ambiental o con los animales, pero la verdad siempre me guié más por el lado de la gastronomía.
- Yo si tuve varias opciones pero a mí siempre me decían que tenía que escoger algo que me gustara, pues que me apasionara; pero yo me ponía a pensar y en realidad yo no tenía como la pasión, pues yo nunca pensaba como hay si me encanta esta materia, ósea no, entonces al principio pensaba en medicina pero fue más como algo de chiquito que fue cuando tenía 12 años, y después pensé en estudiar ingeniería civil pero me di cuenta que eso es algo que no tiene que ver conmigo, entonces después de hablar con mis papas me aconsejaron y me dijeron que lo que yo quisiera pero que en algo que me pudiera sostener el resto de mi vida, y entonces ingeniería financiera fue como la opción más indicada.
- Yo también tenía otras opciones después de empezar a estudiar administración en Eafit, a mí me gusto también mucho el área de la salud, medicina también me

gustaba mucho, pero también era como un gusto más bien cuando yo estaba más pequeño, me llama la atención, pero descarte la medicina y me empezó a gustar también la parte de diseño, pensé también en estudiar ingeniería de diseño en Eafit, me llamaba la atención, pero finalmente también pensé que era lo que más me gustaba y de pronto que podía aplicar más y finalmente me decidí por la administración.

M: ¿Están contentos con la elección que tomaron?

- Personalmente en la Escuela de Ingenieros yo no he tenido la posibilidad de ver mi carrera, porque estoy en segundo semestre y hasta ahora son puras ciencias básicas, y yo no he tenido como la posibilidad de decir, hay si las materias de mi carrera si me gustan porque en realidad no he tenido ninguna materia, pero igual mi mamá es ingeniera de sistemas y tiene un programa de sistemas para pagar la nómina, entonces ella me contaba ese tipo de cosas y la verdad las experiencias de mi mamá me han hecho como visualizar mi carrera en un futuro, entonces me encanta y yo espero que la universidad si cumpla con los sueños que yo tengo y la idea de mi carrera porque en realidad todavía no tengo como la visión de la universidad, pero la carrera si me gusta.
- Hasta el momento en el gremio de Eafit desde el primer semestre he tenido la oportunidad de ver las materias como tal de la carrera, me ha gustado, he visto algo de finanzas, algo de mercadeo, un poco de gestión humana y la verdad me ha gustado bastante, entonces no me he arrepentido hasta el momento y estoy contento con la decisión que tome.
- Bueno, yo con gastronomía si he estado metido desde el principio, y yo pienso que sí es la carrera que me interesa, que pienso que va hacer mi proyecto de vida.
- Yo al igual no he tenido como una visión de las materias o de algo así enfocado a mi carrera, pero en el primer semestre tuvimos introducción a la ingeniería y eso me dio como un gran paso a conocer como en realidad era mi carrera, y me facilitó bastante como terminar de ratificar que había sido una buena decisión porque tuvimos que realizar un par de proyectos y la verdad el hecho de tener que investigar, el hecho de tener que empaparme un poco con el cuento de la mecatrónica me gusto y me acerco mucho más a mi carrera.

M: ¿consideras entonces que introducción a la ingeniería es una materia útil?

- Pues en mi caso la considere muy útil, todo lo que nos incitaron a nosotros mismos a buscar, a investigar sobre lo que teníamos que hacer sobre lo que trataba nuestra carrera y personalmente eso me funciono, me sirvió bastante.
- Introducción en mi opinión si fue muy útil, pero también va como de la mano con programación que mi opinión fue como la única que hemos visto de carrera, pues

fundamentos de programación, es la única, porque ya en tercero empezamos a ver programación uno, pero pues sí, programación es como una de las ramas de la mecatrónica, ya uno también va viendo como en que se puede enfocar en la carrera.

- Yo vi introducción a la ingeniería pero como pasantía y la verdad la carrera estaba muy nueva, entonces no habían hecho bien el pensum y la materia que yo hice fue más como historia a la economía y yo no tenía el primer proyecto de mi carrera.

M: ¿Cuándo dices pasantía es que la viste antes de ingresar?

- Si antes de ingresar, la que ellos vieron el semestre pasado yo la vi como pasantía, entonces la pasantía fue la historia de la economía entonces no me acerco ni poquito a lo que sería en realidad mi carrera, pero ahora proyecto de ingeniería yo siento que sí, pero como han sido poquitas clases es como más bien la teoría y como encontrar un problema, entonces en realidad no me he acercado bien.

M: ¿Cómo fue ese proceso para elegir la universidad? ¿Por qué decidieron estudiar donde están estudiando?

- Yo me presenté a la UPB y me iba a presentar en Eafit pero en ingeniería mecánica, hasta que una tía que si vivió acá me dijo yo he escuchado que acá hay una escuela y si de una vez me metí y mecatrónica, entonces pase en la UPB y en la escuela, pero me gusta más la escuela porque la UPB no me gustó en el sentido de que se me hace como muy oscura, los colores de la escuela influyen mucho en el estado de ánimo de uno, entonces la escuela es como muy alegre y demás como que todo el mundo se conoce con todo el mundo, entonces en ese sentido es mucho mejor.
- Yo hice mi trabajo como de investigación y eso y sólo encontré esta carrera en Bogotá, en Pamplona, en Medellín y ya, básicamente fueron esas 3 ciudades las que encontré, y no me parece Bogotá como una ciudad con un ambiente de estudio o con un ambiente así apto para estudiar, Pamplona me parecía bastante retirada, no cumplía como todas mis expectativas por lo que me quede con la escuela que era la universidad que se encontraba acá en Medellín y hasta ahora creo que fue una buena decisión.
- Yo no había averiguado sobre las universidades, solo había averiguado que había una en Cali, la verdad muy buena, la Autónoma de Cali, me iba a presentar en esa pero mis padres no me dejaron.

M: ¿pero a ellos por qué no les gustaban esas universidades? ¿Qué razón te daban para que te dieran que no?

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

- No pues, la verdad ni me dieron razón, a mí no me gusto eso, pero ya que se puede hacer.
- Desde chiquita mi papá me decía que si iba a estudiar una ingeniería tenía que estudiar en la escuela y la verdad yo me dejo llevar mucho por mi papá, no porque él sea imponente, sino porque él es una persona que convence, tiene sus puntos y son muy claros y la verdad yo me dejo guiar por él porque es mi papá y es una persona muy inteligente y no toma una decisión por impulso sino que investiga entonces si él lo dice es porque así es, entonces mi carrera igual es muy nueva y estaba en la Medellín, en el ITM y en la escuela, en la Medellín pregunte por el pensum y todo y me dijeron que, pues al hacer el análisis me di cuenta que se enfocaba más por el lado del derecho, la legislación y todo ese tipo de cosas, y en el ITM pues mi papá ni me dio la opción.

M: ¿por qué no?

- Porque él consideraba que no era una universidad apta, ósea, si yo tenía la posibilidad de estudiar en la escuela no iba a desaprovechar esa oportunidad por estudiar en el ITM, él decía que la escuela era mucho mejor que el ITM, entonces yo la verdad no lo pensé porque desde el principio él me vendió la idea de la universidad, de la escuela, pero no simplemente por hacerme estudiar allá sino con argumentos me decía que esa era la universidad perfecta si iba a estudiar una ingeniería, entonces pues yo no tuve ningún problema, igual nunca me impuse y nunca pensé lo contrario, obviamente si hubiera pensado lo contrario le hubiera dicho que no y ya porque él no me lo impone, pero me pareció que él tenía razones muy valideras entonces acepte y me presente.

M: ¿pero tú crees que tomaste la decisión más por tu papá o la tomaste tú misma?

- La verdad a mí me hubiera gustado mirar más la parte de Eafit, porque Eafit es una escuela más de finanzas, pero él una vez me dijo que si iba a estudiar una ingeniería que la estudiara, pues que si iba a estudiar algo relacionado con las finanzas, que fuera por el lado de la ingeniería porque le parecía que salía más preparada, y que si iba a estudiar ingeniería que la estudiara en un lugar donde me enseñaran ingeniería, ósea que estuvieran especializados en ingeniería y que más que la escuela de ingenieros, la opción de Eafit totalmente descartada porque allá no hay ingeniería solo finanzas solamente, entonces no pienso que fue mala decisión, no me arrepiento.
- Bueno yo escogí la universidad Eafit, yo estaba entre dos universidades, entre Eafit y entre la escuela y finalmente estudié en Eafit porque tuve varios motivos, la primera que es la más importante, porque es una universidad que siempre está abierta al mundo y tiene muchos convenios con otras universidades de otros países, entonces yo veo esto como una oportunidad de que en algún momento me

pueda ir hacer un intercambio en cuanto a estudio en otra universidad de otro país y conocer aparte de la cultura otro tipo de metodología, y la segunda razón es porque me queda muy cerca a la casa y el desplazamiento es muy cercano, también eso influyó.

- Yo escogí estudiar en Argentina porque averiguando y pensando como en lo que yo quería para mi futuro me di cuenta que es mejor estudiar en un país en el que la historia gastronómica sea más fuerte, entonces investigue que tipo de universidades habían, como era la dotación allá y hable con mis papas y bueno me apoyaron y entonces conseguí como irme y ya estoy allá.

M: ¿qué tipo de información o interacción tuvieron con la universidad previamente a ingresar?

- Directamente con la universidad no tuve información, la universidad tiene un convenio con una institución que es la que tiene que ver con todos los estudiantes que son extranjeros, entonces ellos me decían que era lo que tenía que sacar, papeles.

M: ¿pero tú como detectaste donde estaba esa? ¿Tú te tuviste que contactar directamente con la universidad allá o hay alguna sede acá? ¿O todo fue vía mail?

- Llame a la universidad y escribí y me explicaron que me contactara con ellos acá y que ellos me ayudaban con todo el tema del papeleo, con el tema del hospedaje y los vuelos para que no hubiera problemas al momento de llegar y ya, pues sí cuadre con ellos. Pues hasta que llegue no hubo contacto.
- En cambio yo con la universidad si, pues fui me mostraron el pensum, me explicaron el pensum. Yo llame a la universidad y me dieron una cita para ir a preguntar por el pensum y para que me explicaran bien, fuimos dos personas a la misma carrera y nos explicaron todo el pensum, como funcionaba y ya después fue la entrevista, pero pues yo llame a la universidad.

M: ¿Qué acompañamiento recibieron por parte del colegio?

- El colegio nos llevó a todas las universidades que se podían porque hay algunas universidades que no prestan el servicio que el colegio pueda ir y visitar la universidad, pero la escuela sí, una vez fuimos todo el salón y nos enseñaron todas las instalaciones de la universidad y nos explicaron todo, y la universidad tiene programas para estudiantes de once que quieren ingeniería, la pasantía también otra forma de contacto con la universidad antes de entrar y fueron cosas

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la Universidad EIA.

que me fueron ambientando en el tema para no entrar como muy perdida, ósea, yo ya tenía la decisión tomada pero igual quería saber más, no es simplemente por impulso llegar y entrar a la universidad, hay gente que tenía que investigar sobre la universidad, el pensum y es fue como la forma de ir a la universidad a las actividades que programaban, con el colegio y pedir la cita para que me explicaran el pensum.

M: ¿la universidad nunca fue a tu colegio?

- Sí. Ángela que es como la encargada de mostrar la universidad y ahí fue cuando personalmente me di cuenta de la universidad, mi papá siempre me había hablado de la universidad pero justamente en ese momento fue cuando yo me di cuenta bien de la universidad y que me explicaran todo, y si ella fue al colegio y fue una jornada, porque el colegio hace jornadas de universidades, pues que vienen todas las universidades y nos cuentan todo, y Ángela fue y nos contó sobre la universidad. Fue muy importante porque pude conocer a la universidad por mi cuenta, no simplemente por boca del resto de la gente, sino por mi propia experiencia, entonces claro, fue una decisión súper importante, ósea fue algo que me ayudó mucho a la hora de tomar mi decisión.
- Me llevaron a todas las universidades y tuve la oportunidad de ver las instalaciones, el programa, yo también conocía gente que estudia allá, pero cuando menos pensé ya tenía la matrícula pagada.
- Bueno en mi caso mi colegio también fueron muchas universidades al colegio en realidad, pero en esa oportunidad no tuve la posibilidad de conocer a la escuela y el primer contacto que tuve con la universidad fue como la investigación que yo hice de las universidades que tenían mi carrera y ya a raíz de eso me comuniqué con ellos.
- En mi opinión, por mi parte yo salí de un colegio salesiano entonces allá nos dijeron que si queríamos salir a conocer universidades, entonces nosotros dijimos que sí, fuimos a la UPB, a la UDA y a Eafit, y pero nunca fuimos a la escuela y ni a la Medellín, y yo de ahí estuve 6 meses sin estudiar, y ya por mi parte busque por internet Escuela de Ingeniería y empecé todo el proceso.

M: ¿y se les ocurre algo que puedan hacer las universidades para que ustedes puedan sentirse más acompañados, que sepan a lo que van?, porque igual es una etapa que simboliza un cambio, ¿consideran que así están bien?, ¿Qué podrían mejorar en caso de considerarlo?

- Pues en mi opinión a mí se me hace que lo que está haciendo la escuela en el proceso de inducción fue excelente, y pues nosotros llegamos todos tímidos y pues ahí Ángela nos hizo que nos presentáramos y que habláramos con las

personas que no conocíamos, y así como que interactuábamos entre todos, M: te hago una pregunta.

- Cuando yo llegue la u fue muy amable entonces una persona que trabajaba en la u me brindo su casa para quedarme unos días mientras conseguía, la verdad fue muy amable, pero después en la inducción como que no hubo actividades para conocer eso, solo reglas y explicación de la u y ya, fue muy sencillo.
- A mí me parece que la universidad, tiene un nivel muy alto en el tema académico y a uno se lo dice pero uno no se alcanza a imaginar la magnitud y la u nunca da a conocer ese tipo de cosas y mucha gente que viene de otros lugares de otras regiones no tienen esos conocimientos, pues gente que venga de un nivel académico bajo, de otras regiones, pues llegan a la universidad y literalmente el primer semestre les va muy mal, pero es porque la u no te alarma de que el nivel académico es muy exigente, yo me arrepiento ósea mucho de haber entrado a la u sin haber llenado vacíos del bachillerato, aunque mi colegio es de muy buen nivel pero no alcanza como a llenar esos vacíos, lo que yo necesito para la u, si yo hubiera sabido desde el principio, hubiera hecho un refuerzo de esas cosas que necesitaba durante seis meses y así no hubiera perdido un semestre o no perder mi tiempo estudiando cosas que no iba a entender, pues si me entiendes. Yo perdí el primer semestre porque no entendía nada de lo que estaban explicando, y los profesores decían como eso ya lo vieron en bachillerato entonces nunca entraban como a explicar bien lo que a uno supuestamente le habían explicado en el colegio, entonces uno siempre quedaba con vacíos porque uno decía que es eso, entonces la u cuenta con unos videos pero en mi caso no fueron lo suficiente para yo hacer auto estudio y poder nivelarme y yo estaba rodeada de personas que tenían buenas bases y era muy duro para ellos estudiar conmigo porque todos me tenían que explicar, entonces a todos se les hacía demasiado incomoda esa situación, entonces al final nunca pude tener un grupo de estudio no pude estudiar con nadie porque de verdad era una situación que no todos presentaban pero que la u no prestaba como la ayuda.

M: ¿Los profesores no veían esas falencias?

- Igual si las veían pero no hacían nada.

M: ¿Son muchos los casos como el tuyo?

- Si muchos, casi la mitad de las personas que entraron conmigo en el 2015-1 casi la mitad fueron becados y más y casi todos perdieron el primer semestre conmigo, porque venían de ciudades donde la educación no era la mejor, entonces yo tenía un compañero que llego a la u y no sabía factorizar y eso es demasiado básico para entrar a la universidad, y los profesores no se percataron de decir vea este niño no sabe factorizar ni sumar ni restar, ayúdeme, ellos decían mire que hacen que no es problema de nosotros.

M: ¿Qué crees que podrían hacer para ayudar en ese tipo de cosas?

- Yo digo que el examen que hacen las universidades de admisión es algo necesario pero que no sea de eso sino para evaluar aptitudes y capacidades que tienen las personas, y así decirle a uno que tiene que reforzar, física, química, cálculo, pues ese tipo de cosas y así no perder tiempo, las personas que si son capaces entran el primer semestre y pues bien pero las que no son capaces entran y les toca perder mucha plata. El examen debería decir como usted es apto para entrar a primer semestre entonces usted primero refuerce esas cosas.
- Considero que una explicación más clara del pensum sería una buena herramienta para que ya el estudiante tome la decisión que si está apto o no para iniciar. Por ejemplo, que te digan en cálculo diferencial se van a dar estos temas, entonces ahí ya es como cosa tuya si estudias antes o te arriesgas o si lo sabes.

M: ¿Cómo reaccionaron las personas que los rodean a ustedes frente a la decisión tanto de la universidad como de la carrera?

- Bueno pues yo la verdad desde que empecé a tomar mi decisión, mis papas han sido como muy abiertos respecto a eso, a lo que a usted le guste, ósea, si usted quiere ir hacer empanadas, si eso es lo que a usted le gusta hágalo, y pues la verdad desde el comienzo tuve muy buen acompañamiento y tuve muy buen apoyo por parte de ellos y creo que eso me ayudó mucho a la hora de tomar la decisión porque no sentía como esa presión, pues si, más que todo como esa presión de saber de qué estoy haciendo lo que mis papas quieren o tal cosa, no, ellos siempre fueron como que haga lo que usted quiera, si yo tenía alguna pregunta, pues en mi casa mi papá es ingeniero de sistemas y muchas veces yo le preguntaba como bueno mi materia tiene mucho que ver con sistemas, y él muchas veces me llevo como a ver qué era lo que él hacía, en que trabajaba y pues desde muy pequeño empecé a ver eso y la verdad me llamo mucho la atención, entonces creo que el apoyo de mis padres fue muy importante en la toma de esa decisión, fueron muy abiertos a la hora de apoyarme.
- Pues a mí igualmente mis papas me apoyaban en todo, excepto en lo que fuera aviación, pues lo que te había dicho anteriormente, pues que primero algo base, entonces si yo escogía cualquier carrera estaba bien con tal de que fuera mi segunda opción que me gustara y no que la estuviera haciendo por obligación, porque pues el primer semestre del 2015-2 ellos llegaron y me vieron como tan estresado que me dijeron, pues hijo si a usted se siente muy, no sé, con mucha carga, pues salgase y se va para otra universidad o estudia otra carrera que le guste, pero pues tampoco es para que usted se estrese tanto.

- Mis papas si cuando yo empecé la universidad me advirtieron mucho que el semestre era lo más importante, ósea que las notas eran lo principal, entonces al principio me sentí demasiado abrumada por mi situación porque de verdad yo hacia todos los intentos, hacia todo lo posible por entender pero de verdad me sentía incapaz de hacer eso y mis papas en ese tema eran muy exigentes y me decían usted ya está grande, usted está en una universidad, y yo la verdad me sentía como sin poder hacer algo, impotente porque la verdad no me imaginaba que podía hacer para arreglar esa situación, perdí el semestre y mis papas se sintieron como decepcionados.

M: ¿y eso como te hizo sentir a ti?

- Muy mal porque de verdad yo hice todos los intentos posibles para entender, para que me fuera bien pero de verdad yo no era capaz, pero yo me di cuenta que, no sé, los métodos de estudio todo ese tipo de cosa influyo demasiado en los resultados del semestre, pero ya en el segundo semestre ya tenía la experiencia y no me toco decirle a mis papas que me ayudaran, o que me aconsejaran, porque ya tenía la experiencia y ya sabía manejar ese tipo de cosas, y al fin y al cabo al final de semestre fue cuando me di cuenta que necesitaba, pero ya era demasiado tarde. Mis papas no me preguntaron ni porque perdiste, ni se sentaron a preguntar qué fue lo que paso, ósea, nunca me dijeron nada, para ellos simplemente fue que perdí el semestre y ya, entonces cuando yo empecé el segundo, pues a repetir, se dieron cuenta que en realidad si, ellos habían cometido un error sin saber ni siquiera que era lo que había pasado, entonces en el segundo semestre me fue súper bien, pues pase todas las materias derecho y con un buen promedio, entonces ellos se dieron cuenta que fue bueno y malo lo que me había pasado porque me ayudo a madurar de golpe pero también malo porque ellos no quieren que uno pase por situaciones difíciles, pero ellos aceptaron que se habían equivocado.
- Yo tuve muchísimo apoyo por parte de mi mamá, ella fue siempre la que me dijo que me fuera, mi papá era el que estaba más cerrado en el tema de tan lejos, y sólo en Argentina de saber nada y del tema de la cultura, pero al final pues lo convencimos y ya está más tranquilo, y mis amigos y demás familia me preguntaban qué porque tan lejos, y que porque irme para donde los argentinos tan creídos, que entonces terminara de estudiar allá y volviera, pero con mucho tabú por el tema, pero ya que llevo un año por allá estudiando ya lo han entendido más.
- Pues aunque técnicamente me obligaron a estar acá, si me han dado mucho apoyo con lo que necesitaba, por ejemplo cuando me estaba yendo mal en química ellos si me dijeron que aguantara un poco, pues la verdad no les hice caso y si uno aprende de los errores, del totazo, pero si tuve mucho apoyo de toda mi familia.

Anexo 2 Encuestas

[Ver encuesta](#)



Instructivo
Encuestas.docx

Anexo 3 Proceso toma de decisión para la elección de programa y universidad

Para poder ver claramente el gráfico del proceso a seguir por los estudiantes, el cual se plasmó en las conclusiones de la investigación cuantitativa, ingrese al siguiente artículo.



Proceso de decisión.png